

AdSense Masters Course

2nd Edition

*From The Author Of The World Famous Micro Niche AdSense Course,
John James Robinson (Xfactor) Proudly Presents:*

“THE AUTHORITY SITE ADSENSE GUIDE”

*The Advanced AdSense Publisher's Guide To Making More Money With Less Sites
& Publishing Your Way To A 6-Figure Income With Google's Search Engine*

**“Based On My Combined
Publishing Experience Since 2005,
Creating Over 15,000+ Pages Of Content
On My Personal Websites Alone, Hitting 4-
Figure AdSense Pay Days, & Finally - How
You Can Put It All Together To Create The
Absolute Best Type of Long-Term AdSense
Sites That Google Will Eat Up”**

*- John James Robinson
(Xfactor)*

This Course Is Dedicated To My Baby Girl...



Thank you, My Love...

EARNINGS & INCOME DISCLAIMERS

ANY EARNINGS OR INCOME STATEMENTS, OR EARNINGS OR INCOME EXAMPLES, ARE ONLY ESTIMATES OF WHAT WE THINK YOU COULD EARN. THERE IS NO ASSURANCE YOU'LL DO AS WELL. IF YOU RELY UPON OUR FIGURES, YOU MUST ACCEPT THE RISK OF NOT DOING AS WELL.

WHERE SPECIFIC INCOME FIGURES ARE USED, AND ATTRIBUTED TO AN INDIVIDUAL OR BUSINESS, THOSE PERSONS OR BUSINESSES HAVE EARNED THAT AMOUNT. THERE IS NO ASSURANCE YOU'LL DO AS WELL. IF YOU RELY UPON OUR FIGURES; YOU MUST ACCEPT THE RISK OF NOT DOING AS WELL.

ANY AND ALL CLAIMS OR REPRESENTATIONS, AS TO INCOME EARNINGS ON THIS WEB SITE, ARE NOT TO BE CONSIDERED AS AVERAGE EARNINGS. TESTIMONIALS ARE NOT REPRESENTATIVE.

THERE CAN BE NO ASSURANCE THAT ANY PRIOR SUCCESSES, OR PAST RESULTS, AS TO INCOME EARNINGS, CAN BE USED AS AN INDICATION OF YOUR FUTURE SUCCESS OR RESULTS.

MONETARY AND INCOME RESULTS ARE BASED ON MANY FACTORS. WE HAVE NO WAY OF KNOWING HOW WELL YOU WILL DO, AS WE DO NOT KNOW YOU, YOUR BACKGROUND, YOUR WORK ETHIC, OR YOUR BUSINESS SKILLS OR PRACTICES. THEREFORE WE DO NOT GUARANTEE OR IMPLY THAT YOU WILL WIN ANY INCENTIVES OR PRIZES THAT MAY BE OFFERED, GET RICH, THAT YOU WILL DO AS WELL, OR MAKE ANY MONEY AT ALL. THERE IS NO ASSURANCE YOU WILL DO AS WELL. IF YOU RELY UPON OUR FIGURES; YOU MUST ACCEPT THE RISK OF NOT DOING AS WELL.

INTERNET BUSINESSES AND EARNINGS DERIVED THEREFROM, HAVE UNKNOWN RISKS INVOLVED, AND ARE NOT SUITABLE FOR EVERYONE. MAKING DECISIONS BASED ON ANY INFORMATION PRESENTED IN OUR PRODUCTS, SERVICES, OR WEB SITE, SHOULD BE DONE ONLY WITH THE KNOWLEDGE THAT YOU COULD EXPERIENCE SIGNIFICANT LOSSES, OR MAKE NO MONEY AT ALL. ONLY RISK CAPITAL SHOULD BE USED.

ALL PRODUCTS AND SERVICES BY OUR COMPANY ARE FOR EDUCATIONAL AND INFORMATIONAL PURPOSES ONLY. USE CAUTION AND SEEK THE ADVICE OF QUALIFIED PROFESSIONALS. CHECK WITH YOUR ACCOUNTANT, LAWYER OR PROFESSIONAL ADVISOR, BEFORE ACTING ON THIS OR ANY INFORMATION.

USERS OF OUR PRODUCTS, SERVICES AND WEB SITE ARE ADVISED TO DO THEIR OWN DUE DILIGENCE WHEN IT COMES TO MAKING BUSINESS DECISIONS AND ALL INFORMATION, PRODUCTS, AND SERVICES THAT HAVE BEEN PROVIDED SHOULD BE INDEPENDENTLY VERIFIED BY YOUR OWN QUALIFIED PROFESSIONALS. OUR INFORMATION, PRODUCTS, AND SERVICES ON THIS WEB SITE SHOULD BE CAREFULLY CONSIDERED AND EVALUATED, BEFORE REACHING A BUSINESS DECISION, ON WHETHER TO RELY ON THEM. ALL DISCLOSURES AND DISCLAIMERS MADE HEREIN OR ON OUR SITE, APPLY EQUALLY TO ANY OFFERS, PRIZES, OR INCENTIVES, THAT MAY BE MADE BY OUR COMPANY.

YOU AGREE THAT OUR COMPANY IS NOT RESPONSIBLE FOR THE SUCCESS OR FAILURE OF YOUR BUSINESS DECISIONS RELATING TO ANY INFORMATION PRESENTED BY OUR COMPANY, OR OUR COMPANY PRODUCTS OR SERVICES.

Disclaimer & Legal Rights

No Warranties: ALL WEB SITES, PRODUCTS AND SERVICES ARE PROVIDED, AS IS, WITHOUT WARRANTY OF ANY KIND, EITHER EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, THE IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY AND FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.

OUR COMPANY DOES NOT WARRANT, GUARANTEE, OR MAKE ANY REPRESENTATIONS REGARDING THE USE, OR THE RESULTS OF THE USE, OF THE WEB SITES, PRODUCTS, SERVICES OR WRITTEN MATERIALS IN THE TERMS OF CORRECTNESS, ACCURACY,

RELIABILITY, CURRENTNESS OR OTHERWISE. THE ENTIRE RISK AS TO THE RESULTS AND PERFORMANCE OF THE WEB SITES, PRODUCTS AND SERVICES ARE ASSUMED BY YOU. IF THE WEB SITES, PRODUCTS, SERVICES OR WRITTEN MATERIALS ARE DEFECTIVE, YOU, AND NOT OUR COMPANY, ASSUME THE ENTIRE COST OF ALL NECESSARY SERVICING, REPAIR OR CORRECTION.

THIS IS THE ONLY WARRANT OF ANY KIND, EITHER EXPRESS OR IMPLIED, THAT IS MADE BY OUR COMPANY. NO ORAL OR WRITTEN INFORMATION OR ADVICE GIVEN BY OUR COMPANY SHALL CREATE A WARRANTY OR IN ANY WAY INCREASE THE SCOPE OF THIS WARRANTY, AND YOU MAY NOT RELY ON SUCH INFORMATION OR ADVICE TO DO SO.

Customer Remedy: Our company's entire liability, and the purchaser's exclusive remedy, shall be a refund of the price paid or replacement of our products, at our option. We limit replacement to thirty days. All remedies are limited to the United States. Some states do not allow the exclusion or limitation of liability, so the above limitations may not apply to you.

Limitation & Exclusion Of Liability: Warranties exclude all incidental or consequential damages. Our company, and its suppliers, will not be liable for any damages whatsoever, including without limitation, damages for loss of business profits, business interruption, loss of business information, or other pecuniary loss. Some states do not allow the exclusion or limitation of liability, so the above limitations may not apply to you.

Legal Forum, Choice Of Laws & Official Language This offering is a contract between you the buyer and our business, the seller. The seller is located in San Diego, California, U.S.A. and by doing business with us you agree that this offering is made from San Diego, California, U.S.A. and shall be governed by the laws of the State of California and the U.S.A.. By electing to participate in this offer, you are entering into a contract.

This Agreement shall be governed by and construed in accordance with the laws of the State of California, without regard to its conflict of laws rules. Any legal action arising out of this Agreement shall be litigated and enforced under the laws of the State of California. In addition, you agree to submit to the jurisdiction of the courts of the State of California, and that any legal action pursued by you shall be within the exclusive jurisdiction of the courts of San Diego in the State of California, USA.

The terms constituting this offering are set forth in writing on this Web site. You hereby agree to submit to the jurisdiction of the State and Federal Courts located in San Diego, California, U.S.A. to resolve any disputes or litigation hereunder. Whether or not you choose to print this offering, containing the terms and conditions as described herein, you agree that this contract constitutes a writing.

This agreement is being written in English, which is to be the official language of the contracts text and interpretation. If you do not agree with the above terms and conditions, you have the option to not participate in this offer.

Copyrights: This Web site and information contains copyrighted material, trademarks, and other proprietary information. You may not modify, publish, transmit, participate in the transfer or sale of, create derivative works of, or in any way exploit, in whole or in part, any Proprietary or other Material.

License: All images, text, contents, products and scripts are licensed and never sold, unless otherwise stated. Reproduction is prohibited. You may not use, copy, emulate, clone, rent, lease, sell, modify, decompile, disassemble, otherwise reverse engineer, or transfer the licensed program or product, or any subset of the licensed program or product, except as provided for in this agreement or expressly in writing. Any such unauthorized use shall result in immediate and automatic termination of this license and may result in criminal and/or civil prosecution.

Our company reserves all rights not expressly granted here.

От автора всемирно известного «Курса по микронизмам в Адсенсе»,
Джон Джеймс Робинсон (Xfactor) с гордостью представляет:

Руководство по Адсенсу для авторитетного сайта

Продвинутое руководство для веб-издателей о том, как зарабатывать
больше денег с меньшим количеством сайтов

Ваш путь к 6-ти значному доходу с помощью поисковой системы Гугла

«Основано на моём обобщённом опыте в сфере веб-публикаций начиная с 2005 г., создании более чем 15 000 страниц контента на моих сайтах и достижении мною 4-х значного ежедневного дохода. Руководство, которое поможет вам создавать сайты высочайшего качества для получения долгосрочных доходов с Адсенса, которые будут великолепно себя чувствовать в Гугле»

Джон Джеймс Робинсон
(Xfactor)

Оглавление

История этого курса

- Личное письмо всем занимающимся микронизмовыми сайтами.
- Цель этого нового курса: меньше сайтов, больше дохода и больше «устойчивости» ваших сайтов в Гугле.
- Мой путь, начиная с 2005 г.: короткая автобиография.
- Главное вдохновение, стоящее за этой книгой: мой сайт, имеющий 2200 страниц и шестизначный доход.
- Моя философия: чем больше сайт, тем лучше, чем меньше сайтов – тем выше их качество.

Введение: представление авторитетных (трастовых) сайтов

- Урок 1: Достаточно ли вы квалифицированы, чтобы создать и продвинуть трастовый сайт?
- Урок 2: Вам не нужны тысячи страниц для того, чтобы ваш сайт приобрёл авторитетность.
- Урок 3: Гугл поощряет большие сайты, имеющие хорошо тематизированный контент.
- Урок 4: Страницы трастового сайта не обязательно должны ранжироваться по 1 главному ключевому для того, чтобы приносить доход.
- Урок 5: На трастовых сайтах новые «внутренние» страницы ранжируются ГОРАЗДО легче.
- Урок 6: Поиск ключевиков при создании трастовых нишевых сайтов – очень лёгкое дело.
- Урок 7: Работать гораздо легче, если фокусироваться на сайте большего размера в какой-то определённый период времени.

- Урок 8: Достижение дохода в 100 долл. в день (с одного сайта) является только началом.
- Урок 9: Трастовые сайты становятся только сильнее с каждым изменением поисковых алгоритмов Гугла.
- Урок 10: Имея трастовые сайты, вы можете проникнуть в ниши с высокой степенью конкуренции.
- Урок 11: Самые лучшие ниши – те, которые вам интересны.
- Урок 12: Работа в сотрудничестве с Гуглом (а не против него) является ключом к настоящему успеху.

Глава 1: Приступая к работе, выберите модель вашего авторитетного сайта

- Понимание того, как лучше планировать создание своих авторитетных сайтов, предназначенных для работы в Адсенсе.
- 40 примеров ниш и обзор каждой адсенсовой модели.
- Вариант №1: нишевая модель, охватывающая большой рынок (не рекомендуется).
- Вариант №2: широкая нишевая модель (для опытных).
- Вариант №3: тематическая нишевая модель (моя любимая).
- Вариант №4: микронишевая модель (идеальна для микронишевых энтузиастов).

Глава 2: поиск ключевых слов – как создать полный план ключевых слов

- Почему поиск ключевых слов является простым делом.
- 1 статья, никаких ссылок, отсутствие позиций по главному ключевому слову (9 посещений в день/2,22 долл. в день).
- Используйте любой инструмент для подбора ключевых слов, который вам нравится, если он нормально работает!
- Как я это делаю: 6 шагов по составлению плана поиска ключевиков для вашего сайта.
- Пора начинать: пошаговый пример (чаевая ниша).
- Шаг 1: Составьте список идей для категорий, используя другие сайты.
- Шаг 2: Получите больше идей о категориях с помощью программы по подбору ключевых слов
- Шаг 3: Сузьте идеи для категорий к необходимому количеству.
- Шаг 4: Создайте индивидуальный список ключевиков для каждой категории.
- Пример полного списка для отдельной категории: Black Tea («чёрный чай»).
- Шаг 5: Наступило время перебрать каждый индивидуальный список ключевиков.
- Прежде всего, удалите избыточные фразы.
- Теперь отбракуйте несвязанные ключевики.
- Избавьтесь от бессмысленных фраз и фраз с малым количеством поисковых запросов.
- Шаг 6: Создайте скелет вашего сайта, используя программу Tree Pad.
- Финальный пример плана сайта (и некоторые важные вопросы).
- Сколько ключевиков должно быть после расчистки каждого их списка?
- В каком порядке следует их располагать?
- Финальная таблица примерного плана.
- Последние напоминания по созданию плана ваших ключевиков.

Глава 3: создание контента

(Часть 1) Магия написания тематической статьи

- Контент, по настоящему необходимый Гуглу – и за который он вас вознаградит!
- Сравнение хорошо тематизированного 30-ти страничного сайта со средним 300-т страничным сайтом.
- Моих 3 базовых шага к созданию статей «авторитетного уровня».
- Нахождение ключевиков с тематическими фразами.
- Создание шаблона вашей статьи.
- Поиск и написание.

- Приступим: начните с одной статьи для каждой категории.
- Извлекая тематические слова статей: программа Web Content Studio.
- Почему я использую Web Content Studio.
- Начинаем использовать программу Web Content Studio: ключевик «tea health benefits» («выгоды чая для здоровья»).
- Отчёт по моей теме: 3 часа исследований за 5 минут.
- Нет необходимости использовать их все: выбирайте те, которые имеют смысл.
- Как я использую отчёт для создания шаблона моей статьи.
- Простой первый шаг: напишите привлекающий внимание заголовок, основанный на главном ключевике.
- Простой второй шаг: напишите два вступительных параграфа, перефразирующих тематические слова.
- Простой третий шаг: теперь напишите подзаголовки по главной тематической фразе «Tea Health Benefits».
- Простой четвёртый шаг: найдите материалы и напишите 1-2 параграфа для каждого подзаголовка.
- Конечный результат: тематическая статья меньше, чем за 60 минут.
- Финальный шаг: отслеживайте вашу работу в программе Tree Pad.

Глава 4:

Создание контента (часть 2)

Статейные шаблоны, которые используют мои копирайтеры

- Самые лёгкие для написания статьи: разновидности списочного формата.
- Мастер-класс по написанию шаблона (1): классический метод «как...».
- Мастер-класс по написанию шаблона (2): руководство «шаг за шагом».
- Мастер-класс по написанию шаблона (3): подход «за и против».
- Мастер-класс по написанию шаблона (4): перечисление «причин почему».
- Мастер-класс по написанию шаблона (5): статья в стиле «обзор продукта».
- Мастер-класс по написанию шаблона (6): статья в стиле «факты против мифов».
- Мастер-класс по написанию шаблона (7): подход «часто задаваемые вопросы» или «вопрос-ответ».
- Больше шаблонов для статей по вашим запросам.

Глава 5: планирование авторитетного сайта (часть 1)

- Объяснение принципа структурирования сайта: фактически это довольно просто.
- Структурирование сайта без мифов.
- Как книга: объяснение от Гугла.
- Пример структуры сайта.
- Более трудная часть (не совсем на самом деле): как организовать ваши папки.
- Объяснение подхода, использующего директории.
- «Виртуальный» подход: как я это делаю (из-за своей лени).
- Какую структуру следует использовать вам?

Глава 6: планировка авторитетного сайта (часть 2)

Моя личная планировка для авторитетного сайта

- Введение: 4 совета перед тем, как начать.
- Давайте начнём: главная страница.
- Номер 1: дизайн хэдера (шапки) сайта.
- Номер 2: верхнее навигационное меню.
- Номер 3: вводный параграф главной страницы.
- Номер 4: панель поиска Гугла.
- Номер 5: главное навигационное меню.
- Номер 6: рекламный графический баннер.
- Номер 7: сниппеты и ссылки на мои категории (плюс графика).
- Номер 8: ссылки на новые статьи сайта (опционально).

- Страницы категорий, статейные страницы и реклама Адсенса.
- Номер 9: страница категории и соответствующая ей область.
- Номер 10: заголовок статьи и размещение изображения слева от заголовка.
- Номер 11: разделительная линия (идеально для выполнения правил Адсенса).
- Номер 12: основная часть статьи.
- Номер 13: моё любимое место для размещения Адсенса.
- Номер 14: связывание всех статей категории.
- Другие страницы: о нас, контакты, политика конфиденциальности и т.п.
- Страница «О нас».
- Страница «Политика конфиденциальности».
- Страница «Вопросы и ответы» (опционально)
- Страница «Наши контакты».
- Страницы «Блог» и «Форум» (совершенно опционально).
- Страница «Товары».

Глава 7: планировка авторитетного сайта (часть 3)

Как оптимизировать ваши веб-страницы

- SEO для страниц сайта: перечень необходимых вам оптимизаторских терминов.
- Тег заголовка.
- Мета-тег Description.
- Мета-тег Keywords.
- Мета-тег Robots (No-Follow).
- Теги хэдера (H1 - H2 – H3 и т.д.).
- Добавление изображений к вашим статьям (а также тега Alt).
- Финальный совет: руководство по плотности ключевиков (в вашем контексте).

Глава 8: продвижение сайта авторитетным способом (часть 1)

Ускоренный курс по бэклинкингу

- Ускоренный курс по бэклинкингу (получению ссылок на ваш сайт): подтягивая вас к должному уровню.
- Урок (1) Почему Гугл держит нас в неведении: краткая история.
- Урок (2) Ссылки – ключ к успеху.
- Урок (3) Успешная ссылочная формула для сегодняшнего Гугла (и для завтрашнего тоже).
- Урок (4) Правильный тематический текст анкера (у вас есть 3 варианта).
- Урок (5) Сайты, с которых вы получаете ссылки (у вас есть 3 варианта).
- Урок (6) Важно: контролируйте скорость получения ссылок (ссылочную скорость).
- Урок (7) Секреты, стоящие за «самыми лучшими ссылками», которые вы можете получить.

Глава 9: продвижение сайта авторитетным способом (часть 2)

Мой персональный бэклинкинг – проверенные методы

- Как «парень, занимающийся статейным маркетингом» осознал силу бэклинкинга.
- Почему я отказался использовать только лишь статейный маркетинг (потому что вы попросили меня это сделать).
- 1-й проверенный метод бэклинкинга: статейный маркетинг и массовые публикации.
- 10 причин, почему статейный маркетинг всё ещё остаётся отличной стратегией.
- Два базовых метода статейного маркетинга.
- Качественный статейный маркетинг.
- Мой личный список качественных статейных директорий.
- Бонусный совет: ищите уникальные директории для размещения качественных статей.
- Давайте углубимся в массовое размещение статей в статейном маркетинге.

- Лучшая программа для массового статейного маркетинга.
- 2-й проверенный метод бэклинкинга: пресс-релизы (ОЧЕНЬ мощный и безопасный метод)
- Является ли ваш сайт достаточно «новостным», чтобы писать для него пресс-релиз?
- Лучший возможный путь: платные сервисы пресс-релизов.
- 3-й проверенный метод бэклинкинга: сайты с вопросами и ответами.
- В чём состоит суть бэклинкинга с сайтов вопросов и ответов?
- Является ли этот способ получения ссылок моральным?
- Как использовать ссылочный маркетинг в случае сайтов вопросов и ответов: 10 моих советов.
- 4-й проверенный метод бэклинкинга: комментирование блогов.
- Как комментировать на блогах для получения ссылок.
- 5-й проверенный метод бэклинкинга: социальные закладки.
- 3 шага для правильного использования социальных закладок.
- 6-й проверенный метод бэклинкинга: регистрация в каталогах.
- За и против регистрации в каталогах.
- Как подготовить ваши материалы для регистрации.
- Следует ли вам отдавать на аутсорсинг регистрацию в каталогах или же использовать программы для регистрации?
- Главный из всех каталогов: стоит ли платить 299 долл. за попадание в Yahoo Directory?
- 7-й проверенный метод бэклинкинга: самый действенный (получение ссылок с авторитетных сайтов).
- Как я получаю ссылки с этих сайтов: моё персональное письмо и стратегия.
- Как искать такие сайты.
- Инструмент, который я использую для поиска.
- Методы бэклинкинга, которыми я не рекомендую пользоваться (касательно моего бизнеса).
- Платные сетки блогов (потенциально опасный метод).
- Постинг в профилях (потенциально пустая трата времени и сил).
- Получение ссылок с форумов (может быть не лучшим способом использования вашего времени).
- Методы бэклинкинга, которые я сейчас тестирую (я расскажу о них через полгода-год).
- Ссылки с видеороликов.
- Сторонние блогговые платформы/ссылочные колёса (Blogger, Wordpress, Squidoo).
- Использование RSS-каналов для получения ссылок.
- Очень важное заключение: Затраченная вами позитивная энергия = полученной вами позитивной энергии.

Глава 10: заключение – в каком направлении двигаться дальше

- Заключение: в каком направлении двигаться дальше.
- Трое людей, которые могут помочь вам.
- Бесплатные обновления и дополнения к этому учебному курсу.
- Эксперимент в прямом эфире

История этого курса

- Личное письмо всем занимающимся микронизируемыми сайтами.
- Цель этого нового курса: меньше сайтов, больше дохода и больше «устойчивости» ваших сайтов в Гугле.
- Мой путь, начиная с 2005 г.: короткая автобиография.
- Главное вдохновение, стоящее за этой книгой: мой сайт, имеющий 2200 страниц и шестизначный доход.
- Моя философия: чем больше сайт, тем лучше, чем меньше сайтов – тем выше их качество.

Прежде всего, личное письмо всем тем, кто занимается микронисшевыми сайтами

Дорогие издатели (и читатели моей книги «Курс по микронисшам в Адсенсе», вышедшей в 2009 г.), это письмо адресуется читателям и энтузиастам моей старой книги, выпущенной в 2009 г., в которой описан мой подход к микронисшам.

Эта книга давала описание быстрого и простого метода, действуя по которому, я за полгода удвоил мой доход в Гугл Адсенсе, используя небольшие ниши ключевых слов с низкой конкуренцией.

Несмотря на то, что я мог бы сегодня изменить некоторые малозначимые моменты в этой книге (например, использование различных шаблонов), **этот курс всё ещё является актуальным!**

В действительности я считаю, что если вы всё ещё хотите сфокусироваться на малых нишах и ограничить размеры ваших сайтов, то в таком случае вам следует использовать именно этот курс! Я не вижу никаких причин, по которым Гугл имел бы какое-то правило относительно размера сайта (если бы это было так, то все односторонние сайты, занимающиеся продажами, никогда бы не получали трафик).

Однако, поскольку лично я решил развивать мои сайты до более высокого качества (содержание, внешний вид, ссылки и ниши), мой частный издательский бизнес развился до таких высот, которых я не ожидал увидеть так скоро в моей карьере – и всё это благодаря советам, которые я даю в этой новой книге.

Возможно, самый популярный вопрос, который вы бы могли задать мне, следующий:

«Джон, почему ты перешёл к большим сайтам и меньшему количеству доменов, если твои микронисшевые методы всё ещё остаются рабочими?»

Это отличный вопрос и ответ на него довольно прост:

Во-первых, увидев однажды, что мои микронисшевые сайты имеют доход в среднем 5 долл. в день, я не мог избавиться от мысли, что теряю в доходах, если не добавлять на сайты новые страницы. Именно так я и сделал, добавил МНОГО страниц (более 100 на каждый).

Во-вторых, за год до того, как я погрузился в микронисши, я уже начал делать мой первый большой сайт по теме здоровья. Тема здоровья – моё увлечение и этот сайт (который приносил 35 долл. в день несколько лет назад) теперь имеет 2200 страниц контента и приносит мне не менее 500 долл. в день в Адсенсе.

Дамы и господа, именно этот сайт о здоровье и является темой данного курса. Сайт, которому только 3 года и который находится теперь на почти полном автопилоте, принес мне уже шестизначный доход! ***Этот курс рассказывает о том, как вы можете достичь того же!***

И, наконец, мне нравится развивать свои сайты по разному. Я не люблю останавливаться на одном месте, а стремлюсь использовать потенциал каждого домена, которым я владею.

Всегда развивайтесь, экспериментируйте и ищите новые возможности улучшить свой бизнес. В то же время, **наивысшим приоритетом для вас должно быть высокое качество вашей работы.**

Ваша работа – представлять хорошо написанный контент посетителям ваших сайтов. Всё остальное является второстепенным – даже деньги.

Мысль, которую я хочу здесь выразить, следующая:

Я изменил методы своей работы, основываясь на понимании того, что я люблю делать, не привязываясь к одному методу только лишь потому, что он работает.

И вы должны сделать то же самое!

Если вы привязаны к идее иметь много маленьких сайтов, то всеми доступными средствами следуйте ей. Используйте микрониши (ключевые слова), в которых мало или же нет совсем конкуренции, как рассказано в моём старом курсе.

Однако если вы похожи на меня и созрели до чего-то большего и лучшего (или хотите этого), и предпочли бы заниматься одним, двумя или самое большее десятью сайтами, каждый из которых потенциально может заработать 100 и больше долларов в день, тогда следуйте этому новому курсу.

Повторю, главная мысль курса следующая: ***делайте то, что приносит вам больше всего удовольствия!***

В этом виде бизнеса работаю все модели: маленькие сайты, большие сайты, одностраничники и т.д.

Именно человек, применяющий ту или иную модель бизнеса делает её успешной, а не бизнес-модель сама по себе...

Цель этого нового курса: меньше сайтов, больше дохода и больше «устойчивости» ваших сайтов в Гугле

В этот самый момент вы и тысячи других жаждущих доходов издателей по всему миру готовятся прочесть мой новый курс и узнать, что необходимо для построения сайта сверхвысокого качества, который будет процветать в Гугле.

Вы также хотите, чтобы ваши сайты становились сильнее с каждым изменением алгоритмов работы поисковых систем!

(Нет ничего хуже, чем наблюдать, как вся ваша тяжкая работа оказывается бесполезной, когда ваш сайт теряет позиции в ранжировании или же вообще не ранжируется).

И самое важное, вы хотите быть уверенным на все 100%, что сможете получить трафик для ваших сайтов и хорошо зарабатывать в Адсенсе (и на партнёрских продажах).

Честно говоря, друзья, формула для достижения запланированного вами дневного заработка довольно проста (*это ежедневные усилия и настрой ума, которого недостаёт большинству людей, для того, чтобы этого достигнуть*).

Шаг 1: Разберитесь, как работает Гугл и дайте ему именно то КАЧЕСТВО, которое он хочет.

Шаг 2: Отбросьте ментальность, требующую «Быстрее! Больше! Больше!».

Шаг 3: Выберите нишу, о которой вы можете писать и от которой вы будете получать удовольствие в процессе работы.

Шаг 4: Публикуйте тематические статьи на своём сайте и чаще их обновляйте.

Шаг 5: Ежедневно продвигайте свой сайт с помощью качественных ссылок.

Шаг 6: Продолжайте добавлять контент и качественные ссылки на сайт.

Шаг 7: Наслаждайтесь своим доходом от Адсенса...

Я понимаю, что эти 7 шагов могут показаться простыми, и именно таковыми они и есть (до тех пор, пока вы прилагаете усилия), но действительно ли вы готовы справиться с работой, ждущей вас, чтобы это произошло?

Достаточно ли долго вы занимались интернет-маркетингом, чтобы разобраться во всех деталях, делающих вас первоклассным издателем, работающим с Адсенсом?

Прекратили ли вы наконец-то метания от одной системы по зарабатыванию денег к другой?

И понимаете ли вы, что быть «издателем» означает иметь страсть к написанию текстов и предоставлению информации?

Честно говоря, я не имею ни малейшего понятия, что происходит в вашей голове прямо сейчас, какие у вас цели, готовы вы или нет к тому, что требуется, чтобы быть успешным издателем.

Но я знаю следующую правду о вас:

1) Я осмелюсь сказать, что большинство из вас ищет какую-то помощь и **подтверждение того, что эта бизнес-модель всё ещё работает**, что Адсенс не «мёртв» и что он продолжает процветать (и будет это делать в грядущие годы).

2) Или же вы можете быть тем типом предпринимателя, который провёл в онлайн-немало лет, изучая Адсенс (и другие похожие модели), но до сих пор не добился никакого прогресса.

Теперь же вы **нуждаетесь в поддержке вашей уверенности в своих силах**. Вы нуждаетесь, чтобы вас «ткнули» в правильном направлении в том, что касается создания ваших сайтов, написания контента и понимания, как получить качественные ссылки.

3) И самая главная причина, почему вы здесь: я уверен, что 99% всех читающих эту книгу мечтают о работе с **меньшим количеством сайтов, приносящих больше дохода**, сайтов, которыми вы могли бы гордиться, доменов, которые становятся только лучше с каждым новым изменением алгоритмов Гугла!

Это, друзья, и есть цель этого нового курса:

Дать вам все нужные знания и инструкции, необходимые, чтобы преуспеть в области сайтов высокого качества, нужных Гуглу – полностью базирующиеся на моём опыте работы с Адсенсом (а не спекулятивные рассуждения, догадки или копирование кого-то другого).

Как я упомянул в моей прошлой книге, ставшей известной по всему миру, в «Курсе по микронизмам в Адсенсе», я настоящий практик – тот, кто сначала успешно работает сам, а только затем **учит других** своему успеху.

Мой путь с Адсенсом, начиная с 2005 г.: краткая биография

Большинство из вас уже знакомы с моей историей, но для новых читателей я расскажу кратко, как я стал успешным издателем...

Занявшись онлайн в 2005 году, я был полон решимости хорошо зарабатывать в Адсенсе. Я нашёл способ добиться этого, наняв наставника, который должен был обучить меня. Это стоило мне 5 000 долл. и это было моей наилучшей тратой денег – **как с хорошей, так и с плохой стороны.**

Хорошей стороной этого опыта было то, что я стал зарабатывать деньги, МНОГО денег. И этот заработок был быстрым.

Но что я в том году действительно важного узнал от Давида, не касалось денег. Я узнал, что не нужно делать, если моей целью было иметь сайты, приносящие стабильный доход, и основанные на солидной издательской модели (такой, что будет работать в Гугле в течении многих лет).

Два первых года (с 2005 до конца 2007), я тратил всю свою энергию, делая низкокачественные сайты с грабленным контентом, для которых использовалась программа, называемая Traffic Equalizer. Эта программа всё ещё имеется на одном из моих старых компьютеров, стоящих в гараже.

У меня также имелась моя собственная программа для граббинга контента с сайтов, написанная, чтобы избавиться от того отпечатка, который накладывает на сайты Traffic Equalizer. Это давало моим доменам дополнительные несколько недель, перед тем, как их банил Гугл.

Я называю те два первых года **«чёрным»**, но всё же наиболее доходным опытом в зарабатывании денег посредством Адсенса. Я быстро вышел на несколько сотен долларов в день и оставался на этом уровне некоторое время.

Однако, как знают те, кто давно в теме, сайты этого типа не жили долго. Гугл уничтожал их так же быстро, как я их делал.

Было удачей, если домен жил более месяца перед тем, как его находил Гугл и выбрасывал из своего индекса.

Я бросил систему «делать сайты нажатием одной кнопки», приносящую мне большой доход, ещё кода она работала.

Я словил последую волну, когда можно было спамить интернет тупым грабленным контентом, создавая на автомате сотни тысяч насыщенных ключевиками статей, и зарабатывать на кликах в Адсенсе. И в то же время я был удачлив в том, что мой экаунт в Адсенсе не забанили.

(Гугл в то время только деиндексировал сайты, не прибегая к полному бану вашего экаунта в Адсенсе).

Если я зарабатывал так много, зачем же я остановился?

Если не касаться самого процесса, как я зарабатывал деньги, мне стало понятно, что если я желаю, чтобы мой онлайн-бизнес приносил мне доходы, на которые сможет рассчитывать моя семья в долгосрочной перспективе, то в таком случае мне необходимо «переключить передачу» и развернуться на 180 градусов.

Итак, наступил момент, когда я удалил все домены, с которыми я работал, прекратил использование автоматических инструментов для спама и сократил мой доход до полного нуля в Адсенсе:

Ноль – ни цента – доход сошёл на нет за 1 день

Удалив все домены с моего хостинга и поставив перед собой новые цели, я решил работать дальше на 100% белыми методами, которые означают, применительно к интернет-маркетингу, следующее:

- 1) Создавать и продвигать сайты, которые не нарушают правил Адсенса и соответствуют советам Гугла для веб-мастеров.
- 2) Избегать использования спамных методов при получении ссылок на сайты.
- 3) Публиковать оригинальный контент высокого качества.

Так начался мой путь от нуля до моей цели в 1000 долл. в день. Так как я верил в SEO и в то, как работают поисковые системы, я начал работать по 16 часов в день над контентом и статейным маркетингом.

Но было ли написание статей по 16 часов в день самым лучшим способом работы?

Нет – совсем нет.

НО... именно годы этой напряжённой работы, используя «белые» методы привели меня к вам с моим опытом:

Я работал стиснув зубы – экспериментировал – делал большие сайты и малые – писал отличный контент и контент низкого качества – использовал только статейный маркетинг, и потом пробовал другие способы получения ссылок – список можно продолжить...

Я экспериментировал, экспериментировал и экспериментировал.

Конечный результат – эта книга.

Главное вдохновение, стоящее за этой книгой: мой сайт, имеющий 2200 страниц и шестизначный доход

Помните, я упоминал во вступительном письме выше о моём главном сайте? Идея сайта возникла у меня в 2007 г., я начал над ним работать в январе 2008 г. и к марту (через три месяца) этот сайт зарабатывал 35 долл. в день.

Я работал над этим сайтом на протяжении года, доводя доход с него до 100 долл. в день, пока мне это немного не надоело. Мне захотелось немного развлечься, действуя в другом направлении.

Я увлёкся идеей микрониш, о которой я читал ранее, но для начала реализации которой у меня не было необходимых технологий. **Поэтому я создал свою технологию работы с микронишами.**

Чисто от скуки я начал играть с микронишевыми сайтами (и это принесло хороший результат). Так был рождён мой «Курс по микронишам в Адсенсе».

Понимаете, я всегда был тем типом издателя, который верит в рост, изменения и пробы.

Но, достигнув отличных результатов с микронишами и затем описав всё это в моём старом курсе, почувствовал ли я себя удовлетворённым?

Нет, я хотел большего!

Когда дело касается бизнеса и зарабатывания денег, мой естественный настрой требует искать чего-то большего: дальнейшего улучшения качества моей работы и доходов от неё.

После выпуска моей первой книги в июне 2009 г., я добавил на мой сайт о здоровье более 500 страниц с высококачественными статьями, посвящёнными решению различных проблем, имеющих отношение к здоровью.

Вскоре после этого я увидел 100% увеличение своих доходов с этого сайта. Мой доход в Адсенсе удвоился – и это на одном домене.

После этого я сделал всё возможное, чтобы изучить причину успеха моего сайта о здоровье, желая добавить ещё больше страниц на него. Дополнительно я работал над получением ссылок на свой сайт (абсолютно чистых и честных), что ещё больше улучшило позиции сайта.

Я также заметил, что я получаю ГРОМАДНЫЙ трафик и клики от одного двухсловного ключевого слова (высококонкурентного).

И самое главное, меня поразило, что общий успех на этом уровне был достигнут благодаря сочетанию моего контента и разнообразию входящих ссылок

(достигнутому с помощью статейного маркетинга и публикациям по всему интернету). Я постоянно увеличивал «тематичность» моих статей (больше об этом я расскажу позже).

Ниже разбор причин того прогресса, которого достиг мой сайт о здоровье на протяжении нескольких лет – а также описание тех изменений, которые я в нём делал:

- 1) Мой сайт имеет 2200 страниц контента, как я уже писал в этом курсе.
 - 2) Эти 2200 страниц распределены среди 30 категорий по темам, относящимся к здоровью.
 - 3) В каждой категории в среднем содержится от 50 до 100 статей (в каких-то больше, в каких-то меньше).
 - 4) Каждая статья демонстрирует объявления Адсенса, но реклама различается на различных страницах с целью тестирования.
 - 5) Я предпочитаю на моих сайтах блоки Адсенс, окружённые текстом, поскольку я чувствую, что контент должен выделяться (замечание: любое расположение Адсенса будет работать у вас).
 - 6) Я регулярно проводил компании по получению входящих ссылок, но не трогал сам сайт на полгода без большого провала в доходах. Вскоре после этого доход с него резко увеличился благодаря тому, что старые страницы получили более высокие позиции в ранжировании («вызрели» в Гугле).
 - 7) Поначалу на моём сайте не было хэдера («шапки» сайта), но позже я добавил хэдер, остающийся на сайте и сейчас.
 - 8) На сайте всё ещё имеются статьи, которые не полностью проиндексировались или получили ранжирование. Но я никогда не беспокоюсь о том, что случится с этими статьями или когда они проранжируются. Я пишу их для реальных читателей и позволяю произойти естественному процессу в поисковых системах, прилагая наибольшие усилия по получению входящих ссылок.
 - 9) Большинство новых статей не нуждаются в дополнительных входящих ссылках благодаря внутренним ссылкам и, самое главное – благодаря простому ходу времени и возрасту страниц и домена («взросление»).
 - 10) И последнее, но не менее важное. Мне еженедельно приходят запросы на покупку ссылок. Работающие в сегменте сайтов о здоровье всегда желают знать, сколько я запрашу денег за то, чтобы поставить ссылку на их сайт.
- (Я всё ещё не использовал полностью преимущество этой бизнес-модели, но возможность для получения дополнительных 5 или 10 тысяч долл. в месяц имеется, если я почувствую необходимость брать деньги за ссылки с моего сайта).

Моя философия: чем больше сайт, тем лучше, чем меньше сайтов – тем выше их качество

Позвольте мне объяснить свою философию.

Понимаете, я сначала делаю всё сам, и только потом учу других. После того, как в 2009 г. вышла моя первая книга, я передал все свои 40 микронисшевых сайтов в такие, которые имеют больший вес и авторитет в поисковых системах.

Далее я создал около 100 таких авторитетных сайтов с целью дальнейших исследований (что и привело меня к написанию этого курса).

Моя старая книга научила многих людей, что они могут «летать незамеченными радаром», если можно так сказать, применяя сверхминималистичный подход к сайтам (что продолжает работать).

И именно благодаря этому курсу я имел возможность общаться с тысячами своих читателей, которые присылали мне письма, задавая вопросы, получая поддержку и консультации.

Так как многие из вас хотели узнать больше об успешной истории моего сайта о здоровье и действиях по развитию моих микронисшевых сайтов, я вскоре понял, что существует необходимость в том, чтобы учить других тому, как делать хорошие сайты высокого качества, которые имеют большую стабильность в Гугле.

Таким образом, я решил нарастить до 50-ти количество страниц на всех моих микронисшевых сайтах, а затем до 100 – таким образом, превращая их в авторитетные сайты.

Я сместил микронисшевую модель в сторону более широкой и тематизированной модели, в то же время тестируя все известные способы получения ссылок (за исключением методов, которые могли бы привести к бану моего экаунта в Адсенсе или исключению моих сайтов из индекса).

Результат от полутора лет наблюдений и написания этого курса:

- Полный учебник по выбору вашей нишевой модели (широкой, тематической и микронисшевой).
- Рассказ о том, почему авторитетные сайты являются наилучшим вложением вашего времени и энергии для ранжирования тысяч ключевых слов.
- Наилучшая стратегия получения ссылок, за которую не наказывает Гугл.
- И, наконец, ключевой элемент всего этого – контент высочайшего качества, тематизированный так, чтобы получить наилучшее ранжирование для ваших страниц.

Если вы хотите настоящего успеха в издательском бизнесе и зарабатывании денег с помощью Гугл Адсенса, примите мою новую (и окончательную) философию публикации контента:

1) Чем больше сайт, тем лучше – чем больше страниц есть на ваших доменах, тем лучше ваши сайты будут ранжироваться для тысяч ключевых слов и тем больше «авторитетности» они получают в Гугле (нашем «кормильце»).

2) Чем меньше сайтов – тем выше их качество. Вторая часть моей философии говорит, что чем меньше сайтов у вас есть, тем больше вы сможете получить доходов от своих усилий. И чем больше качества и авторитета есть у ваших доменов, тем больше денег вы сможете получить!

Если вы настроены на то, чтобы получать больше доходов при меньшем количестве сайтов, тогда, пожалуйста, прочтите эту книгу внимательно, делая пометки по ходу чтения.

Следуйте этим заметкам с действием, терпением и уверенностью в своих силах – и остальное будет историей!

Введение:

представление авторитетных (трастовых) сайтов

- Урок 1: Достаточно ли вы квалифицированы, чтобы создать и продвинуть трастовый сайт?
- Урок 2: Вам не нужны тысячи страниц для того, чтобы ваш сайт приобрёл авторитетность.
- Урок 3: Гугл поощряет большие сайты, имеющие хорошо тематизированный контент.
- Урок 4: Страницы трастового сайта не обязательно должны ранжироваться по 1 главному ключевому слову для того, чтобы приносить доход.
- Урок 5: На трастовых сайтах новые «внутренние» страницы ранжируются ГОРАЗДО легче.
- Урок 6: Поиск ключевиков при создании трастовых нишевых сайтов – очень лёгкое дело.
- Урок 7: Работать гораздо легче, если фокусироваться на сайте большего размера в какой-то определённый период времени.
- Урок 8: Достижение дохода в 100 долл. в день (с одного сайта) является только началом.
- Урок 9: Трастовые сайты становятся только сильнее с каждым изменением поисковых алгоритмов Гугла.
- Урок 10: Имея трастовые сайты, вы можете проникнуть в ниши с высокой степенью конкуренции.
- Урок 11: Самые лучшие ниши – те, которые вам интересны.
- Урок 12: Работа в сотрудничестве с Гуглом (а не против него) является ключом к настоящему успеху.

Урок 1

Достаточно ли вы квалифицированы, чтобы создать и продвинуть трастовый сайт?

Данный раздел, без сомнения, даст вам информацию, почему трастовые сайты, неважно, большие или маленькие, являются наилучшим направлением вашей деятельности, если вы находитесь в поисках по настоящему долгосрочного ранжирования сайтов, которые становятся в Гугле только сильнее.

Я делюсь с вами своим мнением и опытом по этому вопросу, потому что я искренне заинтересован в том, чтобы каждый, кто хочет улучшить свою жизнь, достиг успеха, особенно в случае выбора «Адсенса» главным фокусом своей деятельности.

И не вникая слишком сильно в философию, я просто хочу сказать, что если вы следуете по стопам кого-то более опытного и уже достигшего тех целей, которые вы поставили перед собой, то в таком случае вам просто необходимо впитывать в себя всё, что этот человек в состоянии предложить!

Если после прочтения этой главы вы всё ещё не будете убеждены, что ваше движение в направлении «меньше сайтов лучшего качества» является именно тем, что ожидает Гугл (и за что он вас вознаградит), то, в таком случае, вам следует просто продолжать испытывать различные системы пока вы, в конце концов, не прозреете.

Это нормально – мы все должны наступить на грабли и набить себе шишки в какой-то период своей жизни. Для большинства людей это единственный метод набраться опыта.

Итак, возвращаясь к главному вопросу... **Что такое трастовый сайт и достаточно ли вы квалифицированы, чтобы его создать?**

Существует ложное представление, что только «крутые перцы» в состоянии создавать сайты, которые будут считаться «авторитетными» в какой-то области. Это совершенно не так.

Ваш веб-сайт не обязательно должен иметь такую же известность по всему миру, как CNN, Yahoo News и т.д. Он также не обязан иметь самое лучшее внешнее оформление, и самое главное – **он может быть любой тематики, которая вам нравится.**

Я выбрал тему «здоровье и болезни» для своего первого трастового сайта, так как **эта тема увлекает меня.** Я по настоящему увлечён темой здоровья и всеми меньшими нишами, существующими на рынке в этой тематике.

Моя жизнь вращается вокруг тем, связанных со здоровьем – это физическая активность и питание. Становясь старше, я узнаю всё больше и больше об органическом стиле жизни, а также о разных способах физической активности. На протяжении лет я также скопил огромный багаж знаний о спортивном оборудовании и питании, не говоря уже об изучении раковых заболеваний после того, как мой отец умер от рака в 2002 г.

Таким образом, создание моего первого большого сайта не было для меня слишком сложным делом. Я был в состоянии писать с уверенностью о чём угодно в области здоровья, получал удовольствие от изучения информации, которой мне не доставало в каждой более мелкой нише, и публиковал хорошо тематизированные статьи с высокой скоростью.

Примечание: Пожалуйста, прочтите вышеизложенный параграф несколько раз, пока не прояснится мысль, в нём содержащаяся. Эта мысль, мои друзья, о том, как выбирать нишу, которая вас обогатит!

И самым замечательным было то, что у меня был сайт, который я с ГОРДОСТЬЮ мог показать своей семье и друзьям. До сих пор, когда нам с женой задают следующий вопрос:

«Чем вы занимаетесь и за счёт чего живёте?»

Мы спокойно и уверенно объясняем, что являемся владельцами очень большого веб-сайта, посвящённого здоровью, торгующего рекламой – просто и доступно.

У нас даже есть визитки. В тех случаях, когда я работаю над развитием своих связей вне онлайн-маркетингового сообщества (что я делаю всё время), моя визитка представляет меня как «Специалиста по публикациям на темы здоровья в интернете».

Какую же мысль я здесь стараюсь вам прояснить?

Простую: что каждый из вас имеет достаточную квалификацию, чтобы создать «авторитетный» сайт.

Если я сделал это с нуля, значит, и вы сможете это сделать!

Несмотря на то, что меня воспринимают как «Гуру Адсенса», в действительности я просто обычный парень, закончивший колледж, который создал большой веб-сайт, наполненный разнообразно информацией по проблемам здоровья и болезням.

И этот один сайт ежегодно приносит моей семье шестизначный доход. Это наша гордость и радость, самый стабильный бизнес, которым я когда-либо владел.

Таким образом, если я смог создать большой сайт, который хорошо ранжируется, в одном из самых конкурентных на сегодняшний день рынков, и достиг стабильного шестизначного дохода, тогда почему вы не сможете?

Не существует абсолютно никаких причин, почему всем вам не стоит начинать создание сайта, который будет иметь долгосрочную перспективу. Сайта в тематической нише, которая вам нравится и в которой вы с удовольствием бы писали.

Я не говорю о том, чтобы перестать заниматься микронизмами – совсем наоборот.

Я лишь говорю о том, что вам необходимо начать работу над чем-то особым, чем-то большим, чем жизнь, чем-то, что будет содержать массу ценной информации и

привлекать сотни тысяч посетителей, что, в случае необходимости, сможет поддержать на высоком уровне ваш доход на протяжении многих лет.

Урок 2

Вам не нужны тысячи страниц для того, чтобы ваш сайт приобрёл авторитетность

Ещё одним заблуждением по поводу создания авторитетных, трастовых сайтов является представление о количестве их страниц, необходимых, чтобы иметь очень хороший доход.

Не стоит пугаться двух тысяч двухсот страниц моего сайта о здоровье.

Я применял методику из этого курса и достигал 100 долл. в день со 100 страниц контента на различных других сайтах, с которыми я экспериментировал, когда вышла моя первая книга.

На самом деле, у вас может быть 30-50 страниц качественного контента в какой-либо нише и такой сайт может считаться «трастовым» или «авторитетным», если он получил известность, качественные ссылки на него и трафик Гугла.

Таким образом, если идея иметь ТЫСЯЧИ страниц на одном домене вызывает у вас головную боль, расслабьтесь!

Да, вы увидите дальше в моих тестовых показах, что лучше начать с как можно большего количества страниц (50-100 для начала), но в то же время, 5-ти или 10-ти страничные сайты всё ещё действенны в Гугле!

Таким образом, если вы хотите, начинайте с малого и растите с него.

В зависимости от выбранной вами ниши, вашему наполненному контентом авторитетному сайту нет необходимости быть больше 100 (или около того) страниц, если вы того желаете.

Это особенно справедливо, если вы решите следовать «Микро-тематической» трастовой модели, которая будет обсуждаться в следующей главе.

Смотрите на это следующим образом – ваш успех важен для меня, поэтому я предпочту, чтобы вы создали пачку небольших сайтов в нишах, которые вам нравятся, чем застыли бы от страха перед созданием большого сайта и закончили не делая ничего!

Урок 3

Гугл поощряет большие сайты, имеющие хорошо тематизированный контент

Многие из вас знают об изменении в алгоритмах Гугла, произошедшего в мае 2010 г., которые затронули на многих сайтах ключевые фразы большой длины. Этот день был назван «May Day» (именем международного сигнала бедствия), в силу того влияния, который он оказал на множество сайтов.

Я получил немало писем от обеспокоенных веб-мастеров, работающих с Адсенсом, рассказывающих о том, что их небольшие сайты теряют в позициях. И в то же время, мои собственные сайты и их позиции совершенно не были затронуты. На самом деле, мои сайты улучшили свои позиции, впрочем, как обычно.

Почему так произошло – как могли мои сайты улучшить свои позиции, в то время как позиции сайтов других веб-мастеров ухудшились?

Ответ следующий:

На всех моих микронизированных сайтах количество страниц увеличивалось, начиная с августа 2009 г. На новых страницах был хорошо написанный контент, включающий тематические слова, взятые из сайтов, которые занимали верхние 10 позиций в ранжировании по тем же ключевым словам.

Когда я сказал «увеличивалось», это относилось к 100 страницам, которые я добавил ко всем своим 100 сайтам, бывшим у меня в наличии, в дополнение к тем 2200 страницам, достигнутым на моём сайте о здоровье.

Вся эта дополнительная работа была проделана после того, как я понял, в каком направлении двигаться, потому что я всегда был привержен проведению экспериментов.

Вместо быстрого написания некачественных страниц контента и сохранения малых размеров моих сайтов, я скомбинировал наилучшие методы, которые любит Гугл:

- 1) Регулярное обновление сайтов.
- 2) Хороший контент (тематизированный).
- 3) Постоянный поток высококачественных ссылок на сайты.

Урок 4

Страницы трастового сайта не обязательно должны ранжироваться по 1 главному ключевому слову для того, чтобы приносить доход

На протяжении довольно длительного времени я не обращал внимание на статистику по моему сайту о здоровье. Я не очень люблю заниматься таким делом.

И всё же я могу с уверенностью сказать, что этот недостаток в моей работе стал одной из главных причин моего успеха. Я мало беспокоился о том, получается ли из публикуемых мною статей какой-то результат, поскольку мой настрой был

следующим: **«продолжать публиковать статьи, продолжать развивать и продвигать сайт»**.

Это не означает, что я просто «палил из ружья» вслепую, надеясь во что-то попасть, вовсе нет. Я просто давно достиг этапа в этом бизнесе, когда я знал, что всё мною сделанное будет приносить доходы.

По настоящему успешная издательская модель в Адсенсе является ничем иным, как написанием хорошего контента для людей, применением базовых принципов оптимизации в поисковых системах (SEO) и созданием объёма – **а всё остальное следует оставить на попечение Вселенной (в нашем случае в качестве этой Вселенной выступает Гугл)**.

Поэтому я решил потратить более 1 года (1,5 года, если быть точным) после того, как я выпустил свой курс по работе в микронизмах, для решения следующих задач: улучшить свой сайт о здоровье, развить все свои микронизирующие сайты и создать новые трастовые мини-сайты. **В ходе этого я обнаружил, что больше всего зарабатывают страницы, которые были сделаны под сотни разных ключевых слов – а не только под один главный ключевик.**

Я был просто потрясён, что на протяжении месяца некоторые страницы с хорошо тематизированным контентом находились по 2000 (или около того) различным сочетаниям ключевых слов. Мы говорим о всего лишь одной странице.

Это ещё одна важная причина, по которой я захотел донести до вас этот курс. Когда мы дойдём до раздела по исследованиям ключевых слов для вашего трастового сайта и создания контента, вы будете поражены тем фактом, что...

...вы можете заработать с одной статьи высокого качества в 10 раз больше, чем от публикации десятков статей с ориентацией на один ключевик.

Урок 5

На трастовых сайтах новые «внутренние» страницы ранжируются ГОРАЗДО легче

Замечали ли вы, что когда вы занимаетесь статейным маркетингом и публикуете статьи в местах наподобие ezinearticles.com, то эти статьи имеют тенденцию занимать позиции в выдаче сами по себе, практически по прошествии нескольких дней после публикации?

Не хотели бы вы, чтобы ваши собственные сайты показывали такой же быстрый результат, с применением небольшого количества ссылок на сайт или же вообще без них? Могу сказать, что все мои более старые сайты показывают такое быстрое и успешное ранжирование. Значит, ваши сайты тоже могут делать то же! Для этого нужны только время, качественная ссылочная масса и «вызревание» домена.

Начав уделять внимание статьям, публикуемых мною на сайте о здоровье, я был поражён, как быстро эти статьи ранжировались, несмотря на то, что я не предпринимал для этого никаких дополнительных мер.

Я не замечал ничего подобного со своими микронизируемыми сайтами и контентом, который я создавал для этих небольших сайтов, начиная с 2009 г.

Да, было легко фокусироваться на одном главном ключевом слове и просто «забить» это слово с помощью анкорных ссылочных текстов, но, к моему удивлению, страницы, которые использовали ключевики с сайтов, занимающих верхние 10 позиций в выдаче, «перебивали» конкурирующие страницы с применением небольшой ссылочной массы или же вообще без неё.

Имея доменное имя, имеющее некоторый возраст, много хорошего контента и достаточно ссылок на главную страницу сайта, я заметил, что многие мои статьи достигали первой десятки поисковой выдачи и обходили аналогичные страницы других сайтов, на которых уже были ссылки на эти соответствующие страницы.

Этот мой опыт был вызовом мнению ведущих специалистов о том, что вы должны иметь большую ссылочную массу на ваши внутренние страницы для того, чтобы каждая из них хорошо ранжировалась.

Имеется типичный ход мыслей, который отпугивает большинство издателей от фокусировки на больших сайтах. Они обычно думают следующее:

«Как я могу сфокусироваться на сайте с категориями и статьями в этих категориях, если я должен иметь сотни ссылок на каждую из этих страниц?»

Ответ на это будет таким. Если вы будете следовать советам, изложенным в этом курсе, то со временем вы обнаружите, что новые страницы будут занимать позиции просто потому, что вы предприняли необходимые шаги для подбора тематических слов для ваших статей, ваши статьи имеют размер по крайней мере 500-700 слов (желательно больше), и вы создаёте статьи, вызывающие к ним интерес со стороны читателей. Плюс к этому надо добавить возраст и «зрелость» вашего домена.

(Как возраст домена, так и «зрелость» ссылок на ваш сайт имеют большое значение в том, решит ли Гугл лучше ранжировать страницы вашего сайта)

Урок 6

Поиск ключевиков при создании трастовых нишевых сайтов – очень лёгкое дело

Подбор ключевых слов, возможно, является самой главной проблемой в работе издателей, публикующихся в интернете, хотя на самом деле это совершенно простая процедура для сайтов, имеющих вес.

Почему подбор ключевых слов так затруднителен для большинства?

Это происходит потому, что существует множество инструментов для подбора ключевых слов, руководств по подбору ключевиков, параметров этого подбора, различных советов по тому, что можно делать с ключевиками, а чего нельзя – и всё это конфликтует друг с другом.

Даже мой курс по микронишевым сайтам дает советы, которые затрудняют некоторым из вас поиск «наилучших ключевых слов» при работе над какой-то нишей.

Почти каждая книга и курс, купленные мною, делала поиск ключевых слов сложной задачей, даже так называемые **простые** инструкции.

Всё что вам нужно – это немного здравого смысла

Когда вы решаете вложить всю вашу энергию в небольшое количество авторитетных сайтов, работающих в Адсенс (желательно по одному за раз), выбор правильных ключевых слов является делом простого здравого смысла.

Хотя я коснусь деталей по примерному подбору ключевых слов позже в этой книге, кратко суммируя этот короткий урок по данной теме, я хочу избавить вас от любого стресса, который есть у вас по поводу подбора ключевых слов:

Всё что вам нужно – это общая тема вашей ниши, её перспективные категории и статьи для поддержки этих категорий.

Я не нахожу необходимым беспокоиться о статистике по ключевым словам, конкуренции по сайтам (до определённой степени, конечно) или о том, принесёт ли доход то или иное ключевое слово.

Независимо от конкуренции (опять же, до определённой степени), ваши страницы будут ранжироваться по сотням соответствующим длинным словным поисковым запросам благодаря тематизированности их контента. Не надо напрямую фокусироваться на этих запросах, превращающихся в клики по рекламе на ваших сайтах. Тут всё дело в том, чтобы забыть о цифрах и работать над сайтами для **людей**.

Урок 7

Работать гораздо легче, если фокусироваться на сайте большего размера в какой-то определённый период времени

Если бы вы спросили меня 2 года назад (перед тем, как провёл все опыты в моём персональном издательском бизнесе, приведшим к созданию этого курса), что труднее – получать доход от небольшого числа сайтов или же от множества микронишевых сайтов, мой ответ был бы следующим:

«Сегодня я получаю удовольствие от меньших ниш и большего количества сайтов, но кто знает, что будет завтра...»

И вот это «завтра» наступило.

Создав позже более 10 000 страниц контента, я понял, что не только легче сфокусироваться на меньшем числе сайтов лучшего качества, чем справляться с сотнями мелких сайтов, но также и то, что **Гугл чувствует то же самое**.

Я имею ввиду, что хорошие позиции в Гугле и хорошие доходы достигаются намного быстрее на доменах, у которых есть **возраст, ссылочная масса и обновляемый контент**.

В конце концов, ваш один сайт на 50-200 страниц (или больше) заработает в 10 раз больше, чем если бы это количество страниц было распределено среди 20, 30 или 100 мелких сайтов.

Поверьте мне в этом вопросе – я много и напряжённо работал, для того, чтобы поделиться этим своим опытом с вами.

Но всё же я должен заявить – микронишевая модель всё ещё работает и делает это весьма хорошо.

Вы просто должны решить для себя, с чем вам лучше управляться и какой доход вы хотите получать с каждого своего сайта.

Урок 8

Достижение дохода в 100 долл. в день (с одного сайта) является только началом

Несмотря на то, что есть немало историй об интернет-предпринимателях, достигающих своих целей с помощью большого количества маленьких сайтов, я пришёл к выводу, что гораздо легче достигнуть нужного уровня дохода с одного сайта, чем большинство людей себе представляют.

Лично я создал несколько новых сайтов и достиг дохода в 100 долл. в день с эти сайтов через 4-10 месяцев.

Это было частью моего тестового периода.

Микронишевые сайты, которые я дополнил до 100 страниц каждый, хорошо показали, чего можно достичь добавлением дополнительных страниц.

Но это был именно мой подход к созданию новых трастовых сайтов в тематических нишах (а не микро-нишах), который **со временем принёс большие доходы**.

Просыпаясь каждый день с осознанием того, что вы прилагаете все свои усилия к развитию сайтов, которые будут привлекать посетителей к множеству своих страниц вместо всего лишь нескольких (наподобие сайтов на 5 или 10 страниц), у вас будет такой наплыв энергии, идущий в эти сайты, что получение больших доходов будет лёгким и приятным делом.

Я могу сказать, что вы можете гарантированно достигнуть 100 долл. в день с одного сайта, но в то же время ваши шансы на большой успех от вашей работы увеличиваются десятикратно в случае применения всех методик, **изложенных в этом курсе.**

Урок 9

Трастовые сайты становятся только сильнее с каждым изменением поисковых алгоритмов Гугла

Для тех из вас, кто не знает что такое изменение алгоритмов Гугла, поясним, что это именно тот процесс, который приводит скачкам в ранжировании, перемещает ваши страницы, усложняет жизнь спаммерам, но в то же время **делает её легче для нас – тех, кто работает белыми методами.**

По сути, Гугл **НИКОГДА** не даст вам пошаговую инструкцию, как достичь первых позиций в выдаче или как разработать систему или самый быстрый способ, которым можно победить своих конкурентов.

Почему?

Просто потому, что задача Гугла состоит в том, чтобы гарантировать то, что методы его работы по ранжированию сайтов никогда не были бы раскрыты, но в то же время улучшать свою систему так, чтобы самые релевантные страницы, содержащие контент высокого качества, выдавались его посетителям.

Но теперь вы ясно можете увидеть (из моего личного опыта и экспериментов), что **высококачественный тематизированный контент является именно тем, что нужно поисковым системам, особенно Гуглу.**

Даже в этом случае, изменения в принципах индексации и ранжирования страниц происходят у Гугла довольно часто. Это хорошо известно всем, кто занимается онлайн-маркетингом.

Однако, в любой день, на любом форуме, посвящённому онлайн-маркетингу, вы можете услышать стенания индивидов, на которых негативно повлияли «изменения в алгоритмах».

Затем происходит их переход от работы **в сотрудничестве** с Гуглом, к работе **против** Гугла, так как эти сбитые с толку предприниматели клянутся, что Гугл объявил войну их сайтам и что с этого дня единственным методом получения дохода является использование различных обманных систем и SEO трюков.

Но для вас есть хорошая новость:

Сайты высокого качества, которые достигли авторитетности путём продвижения белыми методами, с типом контента, обсуждаемым здесь и которые имеют должную ссылочную структуру для своих посетителей – такие сайты становятся только сильнее с каждым изменением алгоритма!

Подобные сайты процветают, в то время как другие – умирают.

Всё, что вам необходимо, это стать специалистом в выбранной вами области (нише) и создать «жирный» сайт, наполненный ценной информацией. В таком случае **Гугл вознаградит вас соответственно, когда ваш сайт будет создан.**

Урок 10

Имея трастовые сайты, вы можете проникнуть в ниши с высокой степенью конкуренции

На протяжении фазы тестирования, длившейся один год, после того, как я закончил и выпустил свой курс по работе с микроничевыми сайтами в Адсенсе, я намеренно занялся несколькими нишами с высокой степенью конкуренции. Я сделал это для того, чтобы проверить свою теорию на хорошо тематизированном контенте высокого качества.

Захватывающим уроком, который я узнал из этого тестирования, было то, что большинство конкурентов в этих нишах **не используют** сверхтематизированный контент в своих статьях.

И если вы перечитаете Урок 4, это означает, что вам совсем не нужно немедленно ранжироваться по главным ключевым словам для того, чтобы войти в ниши, казавшиеся недоступными ранее.

Я не говорю, что вам следует работать в трудных, конкурентных нишах. Я пытаюсь выразить вам то соображение, что **большие деньги всегда будут в тех местах, где много поисковых запросов.**

А популярные поисковые запросы обычно заполнены миллионами и миллионами проиндексированных сайтов. Правильным образом создав свой сайт, добившись его авторитетности и трастовости, вы в конечном итоге сможете получить трафик и конвертировать его в клики по рекламе.

Позвольте мне напомнить вам, что в небольшие ниши всегда легче войти и что для большинства людей это чаще всего наилучшее направление деятельности.

Но всё же есть и вы, такие же опытные интернет-предприниматели, как и я, которые приветствуют вызов армии конкурирующих сайтов и знают, что награда будет ОГРОМНОЙ, потому что ваше время и усилия не пропадут даром.

Урок 11

Самые лучшие ниши – те, которые вам интересны

Я всегда люблю повторять: **МОЖНО РАБОТАТ В ЛЮБОЙ НИШЕ!** Поэтому, пожалуйста, примите этот урок так, как он предназначен – из моего личного опыта в помощь ТЫСЯЧАМ издателей.

Самой обычной проблемой при выборе ниши, приводящей к отсутствию успеха у некоторых из вас, является отсутствие интереса к выбранной области.

Я мог бы затронуть этот аспект в моей первой книге, но я тогда честно посчитал, что вы будете создавать сайт в сфере ваших интересов, руководствуясь здравым смыслом, а не просто потому, что какие-то ключевые слова имеют хорошие параметры.

Лично консультируя сотни желающих, моей самой большой помощью для них было дать им понять, что они вправе выбрать себе нишу, к которой у них есть интерес или увлечение.

Это особенно верно для авторитетных сайтов. Для того, чтобы постоянно создавать свежий контент, вы должны получать удовольствие от изучения тем, связанных с этой нишей и испытывать гордость от создания сайта хорошего качества, на который захотят поставить свои ссылки другие веб-мастера. И для этого лучше всего выбрать область, в которой вы будете процветать.

Любите финансовые темы? В таком случае выбирайте между кредитованием, инвестированием или банками.

Любите тему здоровья, как и я? Тогда создайте сайт по диетам, о том, как сбросить вес, о диабете, уходу за кожей или посвященный облысению.

Любите работать с компьютерами? Создайте сайт о ремонте компьютеров, о компьютерных компонентах или обзорах на компьютерную тематику.

Любите спорт? Тогда выбирайте нишу о рыбалке, бейсболе, футболе и т.п.

Любите что-то, связанное с домом? В таком случае выбирайте тему об обустройстве дома или о домашней мебели.

Любите идеи домашнего бизнеса? Тогда создайте сайт, обсуждающий онлайн-начинания в бизнесе, старт-апы или советы для ведения домашнего бизнеса.

В общем, вы поняли мысль...

Урок 12

Работа в сотрудничестве с Гуглом (а не против него) является ключом к настоящему успеху

Меня всё время поражает то, что почти каждую неделю появляется новая программа или учебный курс, которые делятся какой либо «лазейкой» в Гугле, открывают «железный» метод получения ссылок или дают «волшебную кнопку», решающую миллионы проблем.

Единственное, что объединяет все эти методы (в большинстве случаев), так это постоянные попытки обмануть алгоритмы Гугла или дать лёгкий способ быстрого попадания в топ выдачи и больших заработков.

Несмотря на то, что эти подходы и инструменты могут работать (ограниченное время), правдой является то, что ничего так не вредит вашему успеху, как страх перед Гуглом и мысль о том, что он за вами охотится. Это приводит к тому, что вы судорожными урывками пытаетесь что-то заработать, стараясь избегать напряжённой работы и не желая давать Гуглу то, что он хочет.

Моя мысль здесь следующая: **Гугл действительно хочет, чтобы вы были успешными.**

Это правда.

Гугл на самом деле хочет, чтобы вы создавали тысячи страниц высокого качества, которые будут хорошо ранжироваться и получать доход.

Он просто умоляет вас это делать, так зачем же этому сопротивляться?

Почему бы не преуспевать, не испытывая стрессов и никогда больше не беспокоясь о том, что ваши сайты могут вылететь из индекса или ваш экаунт в Адсенсе может быть забанен?

Вам нужно доказательство того, что Гугл пытается вам помочь?

Просто обратите внимание на эти два сайта – довольно иронично, но 9 из 10 онлайн-предпринимателей никогда не читали блог об Адсенсе, принадлежащий самому Гуглу (который расположен здесь - <http://adsense.blogspot.com>) или посетите блог Мэта Катса (расположенный здесь - <http://www.mattcutts.com/blog>).

Взгляните на них и скажите, что вы видите?

В блоге Гугла вы можете увидеть, что он даёт следующие рекомендации:

- **Как стать успешным издателем.**
- **Действенные методы увеличения доходов от Адсенса.**
- **Стратегии по увеличению цены кликов на ваших сайтах.**
- **Советы по размещению блоков Адсенс в дизайне сайтов.**

Гугл даже представляет учебные примеры от различных веб-мастеров, наподобие вас и меня, которые зарабатывают **тысячи** долларов ежедневно.

Вывод из всего вышеизложенного следующий:

Следуя моим советам, изложенным в этом курсе, по созданию контентных сайтов высокого качества, которые нравятся Гуглу (и которые люди любят ещё больше), вы будете лучше спать по ночам, зная, что ваша работа должным образом оценивается той самой компанией, рассылающей ежемесячные чеки – великим Гуглом.

Но что на самом деле означает «работать с Гуглом, а не против него»?

Мы уже ответили на этот вопрос и ответом на него пропитана эта книга. Этот ответ должен быть отпечатан в вашем сознании с каждым написанным вами словом и с каждой темой, которой вы занимаетесь:

1) Избегайте спамных методов получения ссылок.

2) Создавайте самый лучший тематизированный контент, который вы можете.

3) Убедитесь, что ваши сайты созданы для людей, которые могут найти на них именно то, что они ищут.

Друзья мои, все мои методы настолько просты, что когда вы всё же начнёте использовать их для создания сайтов, то со временем вы будете жалеть, что не воспользовались ими раньше в своём онлайн-бизнесе.

Глава 1:

Приступая к работе, выберите модель вашего авторитетного сайта

- Понимание того, как лучше планировать создание своих авторитетных сайтов, предназначенных для работы в Адсенсе.
- 40 примеров ниш и обзор каждой адсенсовой модели.
- Вариант №1: нишевая модель, охватывающая большой рынок (не рекомендуется).
- Вариант №2: широкая нишевая модель (для опытных).
- Вариант №3: тематическая нишевая модель (моя любимая).
- Вариант №4: микронишевая модель (идеальна для микронишевых энтузиастов).

Понимание того, как лучше планировать создание своих авторитетных сайтов, предназначенных для работы в Адсенсе

Если вас смущают мысли о том, правильно ли вы выбираете ниши для своих сайтов, а также вопрос о том, какие базовые идеи должны лежать в основе вашего авторитетного (трастового) сайта, то в таком случае эта глава всё вам прояснит.

Я расскажу вам о четырёх базовых моделях построения сайтов для Адсенса, которые я лично использовал все эти годы.

Прежде всего, вы должны знать, что я **не поддерживаю** предложение использовать все эти четыре модели сразу. На самом деле, вам стоит рассмотреть только три предложенные модели, из которых только одна заслуживает моей 100% поддержки для вашего использования.

Как всё в этом бизнесе, выбор зависит от ваших целей.

Эти модели представляют собой стандартные планы издательского бизнеса, зависящие от вашей ниши, от доступных ключевых слов, и, что более важно – от размера и структуры вашего сайта.

Примечание: я лично разработал и развил все четыре типа моделей, из которых вы можете выбрать подходящую для себя. И хотя значительная часть моего дохода поступает с сайта, сделанного с использованием худшего способа его создания (речь идёт о моём первом сайте о здоровье), я поделюсь с вами всеми четырьмя способами и отмечу лучший из них для вашего использования. Пожалуйста, примите к сведению тот опыт, который я приобрёл, используя каждый способ, а также примеры ниш, которые мы будем рассматривать. На основании этого опыта вы сможете подобрать ниши, подходящие для вас.

40 примеров ниш и обзор каждой адсенсовой модели

С самого начала абсолютно важным для вашего успеха является планирование «приблизительной» структуры сайта и выбор той нишевой модели, с которой вам нравится работать.

Ниже в таблице приведены 10 примеров нишевых рынков, а также то, как эти 10 рынков разбиваются дальше на **4 нишевых модели**.

Хотя эта таблица выглядит простой, она автоматически даёт вам нужную информацию для понимания того, как выбирать категории ниш для ваших сайтов.

Пожалуйста, не усложняйте свой выбор, когда вы будете искать ниши для своих собственных сайтов. Это действительно **ИМЕННО ТАК** просто, как это выглядит!

Примечание: Уменьшайте свою информационную перегрузку, используя больше здравого смысла и целостного подхода к вашему издательскому бизнесу. Это всегда помогает – поверьте мне. Я не для того работал так много часов на протяжении многих лет, публикуя тысячи страниц, чтобы направить вас неправильным путём.

Нишевая модель, охватывающая большой рынок	Широкая нишевая модель	Тематическая нишевая модель	Микронишевая модель
1. Электроника	Компьютеры	Ноутбуки	Ноутбуки «Делл»
2. Физические упражнения	Оздоровительные программы	Йога	Тантрическая йога
3. Предотвращение рисков	Страхование	Страхование недвижимости	Страхование жилых домов
4. Домашние животные	Кошки	Породы кошек	Американская короткошерстная
5. Дом	Обустройство дома	Переоборудование кухни	Кухонная мебель
6. Здоровье	Облысение	Продукты для борьбы с облысением	Rogaine (лекарство от облысения)
7. Еда и напитки	Напитки для поддержания здоровья	Чай	Зелёный чай
8. Бизнес	Домашний бизнес	Онлайн бизнес	Ebay (сетевой аукцион)
9. Отношения	Знакомства	Знакомства онлайн	Match.com (сайт знакомств)
10. Природа	Насекомые	Бытовые вредители	Клопы

Вариант №1: нишевая модель, охватывающая большой рынок (не рекомендуется)

Самый первый вариант, который у вас есть (и который лично я использовал для моего большого сайта о здоровье) - это построение всего веб-сайта вокруг одного рынка. Это означает, что если вам нравится тема здоровья, как и мне, то тогда один ваш сайт будет охватывать все тематические категории, связанные со здоровьем.

Нишевая модель, охватывающая большой рынок	Широкая нишевая модель	Тематическая нишевая модель	Микронишевая модель
1. Электроника	Компьютеры	Ноутбуки	Ноутбуки «Делл»
2. Физические упражнения	Оздоровительные программы	Йога	Тантрическая йога
3. Предотвращение рисков	Страхование	Страхование недвижимости	Страхование жилых домов
4. Домашние животные	Кошки	Породы кошек	Американская короткошерстная
5. Дом	Обустройство дома	Переоборудование кухни	Кухонная мебель
6. Здоровье	Облысение	Продукты для борьбы с облысением	Rogaine (лекарство от облысения)
7. Еда и напитки	Напитки для поддержания	Чай	Зелёный чай

	здоровья		
8. Бизнес	Домашний бизнес	Онлайн бизнес	Ebay (сетевой аукцион)
9. Отношения	Знакомства	Знакомства онлайн	Match.com (сайт знакомств)
10. Природа	Насекомые	Бытовые вредители	Клопы

В моей таблице сверху вы можете видеть, что один какой-то «рынок» является очень широкой информационной территорией, захватывающей МАССУ информации, **распространяющейся на сотни (а возможно и тысячи) связанных областей.**

Если вы любите спорт, тогда у вас может быть сайт, имеющий все главные виды спорта в соответствующих разделах (категориях). Другим примером может быть туристическая тематика – у вас может быть большой сайт, рассказывающий о различных местах по всему миру, привлекательных для путешественников и т.д.

Не делайте этого!

Да, это может сработать, но я бы никому не советовал заниматься созданием сайта для большого рынка, если это только делается не с целью тестирования или если вы не планируете создание статейного каталога, на котором будут публиковать свой контент многие сотни веб-мастеров.

Я знаю, знаю – мой сайт о здоровье является очень успешным (а здоровье – это большой рынок), но как я уже отмечал в этом учебном курсе ранее, мои успехи были бы ГОРАЗДО больше, если бы я создавал сайты в тематических нишах **по каждой отдельной категории темы здоровья** (что заняло бы меньше труда).

Пожалуйста, сделайте выводы из моих ошибок!

Посмотрите на это следующим образом. Если сравнить с моим сайтом, на котором вскоре будет 3000 страниц контента, то я достиг бы успеха в **10 раз большего**, создавая по тематическому нишевому сайту на каждую категорию.

Так почему же я соединил кучу не связанных между собой тем о здоровье в один большой сайт?

Ответ простой – я думал, что это является наилучшим подходом – В ТО ВРЕМЯ.

И потому, что я - человек, любящий конкретные действия и знающий, что не стоит ни о чём сожалеть (по крайней мере, пока это чему-то учит), то это стало для меня «замечательной ошибкой» (и весьма доходной к тому же).

Напряжённо работая над своим сайтом в конце 2007 г., я выбрал тематику, связанную со здоровьем ввиду того, что это **сверхприбыльный рынок, который никогда не умрёт.**

Если бы я осознавал, какой доход я мог бы получить, разбив тему о здоровье на отдельные ниши и сфокусировавшись на каждой из них индивидуально, я мог бы иметь к настоящему времени 10-15 сайтов, приносящих мне суммарно больше дохода, чем я получаю сегодня.

Но всё происходит неспроста.

Если бы я не начал работу над этим одним сайтом и если бы мне через год не надоел весь рынок здоровья, то я бы никогда не открыл удовольствие от работы в микронической сфере.

Так что, пожалуйста, если вы намереваетесь создать один большой сайт, посвящённый большому рынку, я просто прошу вас изучить мой опыт и ещё раз подумать, что вы собираетесь делать, прежде чем начать.

Я не хочу, чтобы вы сожалели о том, что делаете что-то настолько монументальное, до тех пор, **пока вы действительно не готовы к этому**.

Вариант №2: широкая нишевая модель (для опытных)

Эта модель построения сайта не обязательно является наилучшей для издателей, которые ещё не достигли 100% уверенности в SEO бизнесе. Однако, эта модель является наилучшей в долгосрочной перспективе.

Нишевая модель, охватывающая большой рынок	Широкая нишевая модель	Тематическая нишевая модель	Микроническая модель
1. Электроника	Компьютеры	Ноутбуки	Ноутбуки «Делл»
2. Физические упражнения	Оздоровительные программы	Йога	Тантрическая йога
3. Предотвращение рисков	Страхование	Страхование недвижимости	Страхование жилых домов
4. Домашние животные	Кошки	Породы кошек	Американская короткошерстная
5. Дом	Обустройство дома	Переоборудование кухни	Кухонная мебель
6. Здоровье	Облысение	Продукты для борьбы с облысением	Rogaine (лекарство от облысения)
7. Еда и напитки	Напитки для поддержания здоровья	Чай	Зелёный чай
8. Бизнес	Домашний бизнес	Онлайн бизнес	Ebay (сетевой аукцион)
9. Отношения	Знакомства	Знакомства онлайн	Match.com (сайт знакомств)
10. Природа	Насекомые	Бытовые вредители	Клопы

Эта модель построения сайта может буквально изменить вашу жизнь. Широкая нишевая модель может быть рекомендована всем, кто хочет достичь наилучших результатов (но всё же это не мой любимый подход к созданию сайтов).

Что означает «широкая»?

«Широкая» означает фокусировку на нишевом рынке, содержащему много «тем» внутри самой ниши.

Для всех, кто собирается создать БОЛЬШОЙ и доходный сайт с помощью широкой нишевой модели, я приведу некоторые доводы, которые докажут, что вы сможете преуспеть в этом направлении:

1) Прекрасно подходит для имеющих хобби (выбирая нишу, которой вы увлечены):

Тема вашего сайта, совпадающая с вашим хобби, тема, которой вы увлечены и к которой у вас есть искренний интерес (наподобие того, как у меня есть интерес к теме здоровья) будет очень подходящей для сайта, построенного по такой широкой нишевой модели.

Почему? Потому что в 99% случаев хобби включает в себя всё, что связано с одной рыночной областью.

Например, если вы любите кошек, то в таком случае вы, возможно, захотите создать сайт, целиком посвящённый всему, что связано с кошками.

Выбор ниш для сайтов, построенных по широкой нишевой модели, может быть очень большим.

Любите физические упражнения? Сайт о физических упражнениях даст вам возможность заниматься больше.

Вас волнует обустройство вашего дома? Тогда ваш сайт будет включать в себя всё, что есть в этом мире об обустройстве домов.

Вы поклонник дамских сумочек? Тогда вы можете выбрать эту тему, чтобы рассказать обо всех сумочках, которые есть в ваших мечтах.

Список можно продолжить...

2) Высочайший потенциал для доходности:

Предположим, у вас есть сайт, посвящённый целому нишевому рынку. Этот рынок представляет темы в этой нише, разбиваемой на страницы, которые поддерживают каждую тему. В таком случае сайт, построенный по широкой нишевой модели, позволит вам получать доход с **тысяч и тысяч ключевых слов и естественных поисковых запросов**.

Большинство ниш, используемых для создания сайтов по широкой нишевой модели, могут иметь приблизительно от 1000 до 50 000 ключевых слов (иногда больше), происходящих из связанных между собой тем в этой нише.

Представьте себе, что у вас есть список из 10 000 ключевых фраз, по которым ваш сайт занимает доминирующие позиции. Вот в этом и заключается сила созданного таким образом большого сайта.

3) Непрерывающийся поток партнёрских продуктов:

Сайт, построенный по широкой нишевой модели, даст вам возможность всегда находить прекрасные партнёрские предложения, которые можно продвигать и о которых можно писать.

Практически ни в одной широкой нише никогда не наступит день, когда вы проснётесь утром и подумаете: «ну и что теперь?».

Вы можете начать со всего лишь нескольких категорий и, в конце концов, иметь СОТНИ категорий, если вы этого желаете, или же можете расположиться где-то посередине.

4) Создание сайта, по-праву обладающего авторитетностью:

Когда мы говорим об «авторитетности», чаще всего это означает получение траста у поисковых систем (главным образом Гугла) посредством ссылок хорошего качества, качественного контента, возраста сайта и того внимания, которому он получает.

Однако, «авторитетный» также означает, что сайт выглядит состоявшимся даже на вид.

Таким образом, невзирая на недостаток авторитетности вашего нового сайта, посвящённому широкой нише (и, к тому же, на довольно молодом домене), он всё-таки может помочь вам в получении ссылок от читателей, статейных каталогов и других веб-мастеров – просто из-за одного лишь объёма информации, который он даёт.

5) Изобилие длинных ключевых фраз:

В то время, как для каждой модели построения сайта, о которой я рассказываю, существуют доступные длиннословные ключевики, построение сайта по широкой нишевой модели обеспечивает бесконечный поток ключевых слов, по которым можно легко ранжироваться и доминировать в выдаче поисковых систем.

Некоторые самые успешные сайты, работающие в Адсенсе сегодня, сделаны из тысяч длинных ключевых фраз, которые преобладают в контенте каждой страницы.

Тема борьбы с лишним весом – прекрасный тому пример. Эта ниша имеет достаточно пространства для тысяч из вас, чтобы вы создали сайты по этой тематике и смогли иметь в ней хороший доход просто благодаря невероятно высокому количеству доступных ключевых фраз.

Вариант №3: тематическая нишевая модель (моя любимая)

Из четырёх базовых моделей, обсуждаемых здесь, одна, которая выделяется в плане моего персонального выбора, для большинства издателей будет естественной ввиду своей «тематичности».

Нишевая модель, охватывающая большой рынок	Широкая нишевая модель	Тематическая нишевая модель	Микронишевая модель
1. Электроника	Компьютеры	Ноутбуки	Ноутбуки «Делл»
2. Физические упражнения	Оздоровительные программы	Йога	Тантрическая йога

3. Предотвращение рисков	Страхование	Страхование недвижимости	Страхование жилых домов
4. Домашние животные	Кошки	Породы кошек	Американская короткошерстная
5. Дом	Обустройство дома	Переоборудование кухни	Кухонная мебель
6. Здоровье	Облысение	Продукты для борьбы с облысением	Rogaine (лекарство от облысения)
7. Еда и напитки	Напитки для поддержания здоровья	Чай	Зелёный чай
8. Бизнес	Домашний бизнес	Онлайн бизнес	Ebay (сетевой аукцион)
9. Отношения	Знакомства	Знакомства онлайн	Match.com (сайт знакомств)
10. Природа	Насекомые	Бытовые вредители	Клопы

Сайты этого типа не обязательно должны быть большими, но они легко могут развиваться до высокой степени доходности.

За полтора года тестирования и развития всех своих сайтов, после того, как я выпустил мой курс по работе в Адсенсе с микронизируемыми сайтами в 2009 г., эта модель была мною использована на всех моих успешных доменах, которые в конце концов начали приносить доход 75-125 долл. в день (все 100 сайтов, которые я закончил).

На самом деле, если бы мне пришлось снова создавать свой успешный сайт о здоровье, имеющий 2200 страниц, с полного нуля, то **я бы просто разбил бы каждую категорию в свой особый тематический нишевый сайт.**

Но, как говорится, век живи – век учись (и делай деньги по ходу этого).

Я также считаю, что такие сайты являются своего рода онлайн-активами.

Я бы посоветовал всем работать в тех нишах, в которых родственные для этих ниш темы могут быть внесены в структуру сайта. Излагая это проще, рассматривайте эту модель создания авторитетного сайта как такую, в которой ваш сайт будет содержать много «микрониз», вписывающихся в одну нишу.

Вы сможете стать настоящим повелителем информации, которую даёт ваш сайт. В то же время фокус вашего сайта, хотя и не настолько точный, как в микронизах, всё ещё будет хорошо таргетированным, что будет способствовать занятию хороших позиций в выдаче и доминированию в ней вашего сайта по прошествии времени.

Дополнительные причины, по которым мне нравится этот метод:

1) Приобретение веса и авторитета:

Сайты, которые охватывают все родственные мелкие ниши в какой-то одной теме, имеют тенденцию лучше ранжироваться в долгосрочной перспективе.

Как и почему это происходит, не совсем ясно (Гугл нам это никогда не объяснит), но по моему внутреннему видению, всё дело, возможно, в большем количестве страниц, которые могут быть добавлены с течением времени, а также в том, что

такие сайты являются источником информации по более чем одному вопросу, продукту или сервису.

2) Больше доступного трафика:

Нет особой необходимости объяснять выгоду этого, но я всё же остановлюсь на минуту на этом вопросе для того, чтобы помочь тем из вас, кто ещё не осознал простого факта: «больше страниц – больше денег».

Говоря просто, тематические нишевые сайты получают намного больше разнообразного трафика в силу большого объёма предоставляемой информации по предметам и вопросам, рассматриваемым на таких сайтах.

Именно в этом суть – большие идеи приносят большие деньги. И помогут вам в их реализации методы работы Адсенса!

3) Позволяет вам проникнуть в другие ниши:

Опять таки, как и в микронисшевой модели, которую мы будем обсуждать далее, тематический подход позволяет вам проникнуть в несколько других ниш, кроме вашей, используя другие домены, если вы того пожелаете.

Хотя потенциал для достижения шестизначного дохода в правильно подобранной тематической нише вполне возможен, вы можете захотеть работать в 5 или 10 разных нишах в долгосрочной перспективе. Но, если говорить честно, вы обнаружите, что с меньшим количеством доменов вам будет легче достичь хороших позиций в выдаче множества внутренних страниц.

4) Меньше отказов от веб-мастеров на просьбу поставить ссылку:

Я погружусь в эту тему глубже в разделе этого курса, посвящённому ссылкам. Сейчас же я хочу отметить, что одним из самых лучших и надёжных способов иметь высококачественные (и релевантные) ссылки на ваш сайт является получение их **от других авторитетных сайтов (работающих в вашей нишевой области)**.

Хотя эта стратегия по получению ссылок общеизвестна, большинство веб-мастеров не утруждают себя тем, чтобы связаться с другими веб-мастерами для получения таких ссылок (что является большой ошибкой).

Однако, когда вы всё же просите поставить ссылку в обмен на статью или что-то другое, тематические нишевые сайты в большей степени приветствуются веб-мастерами. Они охотнее ставят ссылки на вас, так как ваш сайт имеет тематическое разнообразие и не конкурирует с ними в одной маленькой нише или по ключевому слову.

5) Дополнительные продукты и сервисы, которые вы можете продвигать:

Да, я занялся Адсенсом для того, чтобы получать клики по его рекламе, но нельзя отвергать возможность того, что кто-то из посетителей вашего сайта нажмёт на ссылку партнёрского предложения, которое размещено у вас и таким образом принесёт вам дополнительный доход на ваш банковский счёт!

Таким образом, как вы уже возможно поняли, процент дополнительного дохода от партнёрских программ может взлететь до небес на вашем тематическом нишевом сайте.

Вместо того, чтобы иметь контентные статьи, обсуждающие какие-то предложения, связанные с единственной темой микронишевого сайта, тематический нишевый сайт может предоставлять десятки или даже сотни предложений по партнёрским программам (которые также косвенно помогают вам, подсказывая новые идеи по контенту).

Вариант №4: микронишевая модель (идеальна для микронишевых энтузиастов)

Всем тем, кто всё ещё хочет попробовать на вкус множество различных ниш (без того, чтобы быть связанным несколькими большими сайтами), этот подход должен очень сильно понравиться.

Да, вы всё ещё можете заниматься микронишами, но в таком случае вам придётся идти от одного ключевого слова к... **одной теме**.

Нишевая модель, охватывающая большой рынок	Широкая нишевая модель	Тематическая нишевая модель	Микронишевая модель
1. Электроника	Компьютеры	Ноутбуки	Ноутбуки «Делл»
2. Физические упражнения	Оздоровительные программы	Йога	Тантрическая йога
3. Предотвращение рисков	Страхование	Страхование недвижимости	Страхование жилых домов
4. Домашние животные	Кошки	Породы кошек	Американская короткошерстная
5. Дом	Обустройство дома	Переоборудование кухни	Кухонная мебель
6. Здоровье	Облысение	Продукты для борьбы с облысением	Rogaine (лекарство от облысения)
7. Еда и напитки	Напитки для поддержания здоровья	Чай	Зелёный чай
8. Бизнес	Домашний бизнес	Онлайн бизнес	Ebay (сетевой аукцион)
9. Отношения	Знакомства	Знакомства онлайн	Match.com (сайт знакомств)
10. Природа	Насекомые	Бытовые вредители	Клопы

Как я уже не раз говорил, занятие микронишами всё ещё продолжает являться одним из лёгких и доступных путей для того, чтобы броситься в игру, называемую «Адсенс» (а также легко получить позиции по не очень эффективным ключевым словам).

Посмотрите ещё раз на таблицу и вы поймёте, что я имею ввиду.

Как и все мои приверженцы микронисевых сайтов, вы, возможно, собираетесь начать создание таких сайтов, суть которых следующая:

Узкосфокусированные и в то же время достаточно профессиональные, чтобы получить трастовость в плане ссылок и трафика.

Вот некоторые положительные стороны создания микронисевых сайтов, работающих в Адсенсе:

1) Возможность разнообразной работы:

Как упомянуто выше, занятие микротемами позволяет вам работать с большим количеством сайтов одновременно. Рабочая нагрузка та же самая, как и в других методах, о которых рассказывается в этом курсе, когда это касается качественного контента и способов получения ссылок, но фокус сайтов намного уже, чем при использовании других методов работы.

2) Легче доминировать в нише:

Пожалуйста, не подумайте, что в наше время проще простого получить высокие позиции в какой-либо нише, но микронисевые сайты имеют тенденцию получать позиции и трафик немного быстрее, чем сайты других типов.

Конечно, это зависит от конкуренции, но, как я уже ранее отметил – **чем больше конкуренции, тем лучше** (потому что в таком случае в этой нише есть больше поисковых запросов и, значит, больше людей ищут такие сайты, как ваш).

3) Меньшее количество страниц, необходимых для заполнения вашего микронисевого сайта:

Это не всегда так, ввиду того, что каждая микронисевая тема может быть больше или меньше по объёму – но вы можете ориентироваться на то, чтобы создать не более чем 50-100 страниц на сайте с течением времени.

На самом деле, я встречал сайты, которые доминируют в какой-то микронисе, имея меньше 25 страниц, и которые получают доход в 100 долл. в день без проблем (но эти домены имеют много качественных ссылок и солидный возраст).

Применяя эту модель для создания микронисевых сайтов, вы можете довольно быстро переходить к созданию других таких сайтов из-за ограниченного объёма информации в каждой такой теме (опять таки, это зависит от ниши).

4) Все ключевые слова можно охватить очень быстро:

При создании микронисевого сайта чаще всего в избранной нише будет иметься ограниченное количество ключевых слов. Это означает, что вы (или тот, кто пишет для вас) будете в состоянии быстро написать статьи высокого качества по каждому из этих ключевых слов.

И, исходя из моего личного опыта, сайты работают лучше/быстрее, когда они загружены контентом, наполненным ключевыми словами, ещё до того, как было начато их продвижение (в противоположность 5 или 10 страницам).

5) Идеальная модель построения сайтов для начинающих:

Использование этого метода является идеальным решением для **новичков, которые только начинают осваивать азы SEO** и понимания Адсенса.

Если вы новичок в целом мире Адсенса/контента/SEO/ссылок/Гугла, будет отличным решением инвестировать своё время и энергию в сайт, который реально принесёт вам деньги, даже если у вас поначалу мало опыта или умения.

Помните, что начиная любой бизнес вы не сразу будете получать результаты, о которых мечтаете. Так что, если вы новичёк во всём, о чём здесь рассказывается, но хотите, по крайней мере, создать что-то полезное и далекоидущее, начните с микронишевой модели создания сайтов.

Глава 2:

ПОИСК КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ – как создать полный план ключевых слов

- Почему поиск ключевых слов является простым делом.
- 1 статья, никаких ссылок, отсутствие позиций по главному ключевому слову (9 посещений в день/2,22 долл. в день).
- Используйте любой инструмент для подбора ключевых слов, который вам нравится, если он нормально работает!
- Как я это делаю: 6 шагов по составлению плана поиска ключевиков для вашего сайта.
- Пора начинать: пошаговый пример (чаевая ниша).
- Шаг 1: Составьте список идей для категорий, используя другие сайты.
- Шаг 2: Получите больше идей о категориях с помощью программы по подбору ключевых слов
- Шаг 3: Сузьте идеи для категорий к необходимому количеству.
- Шаг 4: Создайте индивидуальный список ключевиков для каждой категории.
- Пример полного списка для отдельной категории: Black Tea («чёрный чай»).
- Шаг 5: Наступило время перебрать каждый индивидуальный список ключевиков.
- Прежде всего, удалите избыточные фразы.
- Теперь отбракуйте несвязанные ключевики.
- Избавьтесь от бессмысленных фраз и фраз с малым количеством поисковых запросов.
- Шаг 6: Создайте скелет вашего сайта, используя программу Tree Pad.
- Финальный пример плана сайта (и некоторые важные вопросы).
- Сколько ключевиков должно быть после расчистки каждого их списка?
- В каком порядке следует их располагать?
- Финальная таблица примерного плана.
- Последние напоминания по созданию плана ваших ключевиков.

Почему поиск ключевых слов является простым делом

По моему убеждению, проблема подбора ключевых слов для контентных сайтов была раздута до немыслимых размеров в различных электронных книгах по онлайн маркетингу и советах, даваемых на форумах, и затем циркулирующих в интернет-сообществе.

До сегодняшнего дня вы слишком сильно полагались на информацию по поисковой выдаче, беспокоились по поводу конкурентной статистики и проводили дотошный анализ всех этих «как», «почему», «когда» и «где», относящихся к ключевым словам.

Поймите, я не говорю, что вам не следует полагаться на всю эту статистику, применяемую во многих онлайн бизнес моделях (особенно в Адсенсе). Однако, чтобы получать высокие доходы в Адсенсе, ваши веб-сайты нужно сфокусировать на разнообразных ключевых словах по всему спектру.

Под словом «спектр» я имею ввиду использование самых общих терминов в вашей нише, затем дальнейшее расширение дохода от этих терминов путём добавления множества вариаций из ключевых слов в каждую конкретную статью, посвящённую данному термину (тематизированность).

На самом деле, мой подход настолько прост, что у вас нет никакой возможности в нём запутаться. Невозможно понять его неверно, когда вы будете предпринимать действия по составлению вашего плана по ключевым словам.

Не совсем понятно? Не смущайтесь – в этой главе я всё объясню на примере плана ключевых слов для ниши, посвящённой чаю.

ВАЖНОЕ ЗАМЕЧАНИЕ: ПОЖАЛУЙСТА, ПРОЧТИТЕ эти три пункта (и ХОРОШО ИХ УСВОЙТЕ)

Вам стоит понять, почему я выступаю против обычных советов по подбору ключевых слов, когда это касается создания нишевых сайтов:

- 1) По сути дела все инструменты по подбору ключевых слов ошибаются – даже инструменты Гугла. Это значит, что следует рассматривать какое-то ключевое слово как «контентную идею» и ничего более, вместо того, чтобы беспокоиться о его статистических данных.**
- 2) Второе, и самое важное: от 50 до 70% всех поисковых запросов являются ОДНОРАЗОВЫМИ. Это значит, что большая часть вашего дохода будет поступать с одноразовых запросов, по которым ваш сайт будет найден из ВАРИАЦИЙ главных ключевых слов, выбранных вами для ваших страниц. Таким образом, если ваши страницы оптимизированы для 1-3 ключевых фраз общего плана, то в случае добавления в них группы ключевых фраз, родственных вашей теме, эти страницы будут получать много трафика и кликов по рекламе, НЕ ЗАНИМАЯ первых позиций в выдаче.**
- 3) И последнее, но не менее важное. Вы будете получать позиции по ключевым словам ваших категорий и статей НЕПОСТРЕДСТВЕННО, когда ваш сайт приобретёт возраст и трастовость С ТЕЧЕНИЕМ ВРЕМЕНИ.**

1 статья, никаких ссылок, отсутствие позиций по главному ключевому слову (9 посещений в день/2,22 долл. в день)

Чтобы вы лучше поняли урок, который я стараюсь донести до вас, рассказывающий, почему вам не следует беспокоиться по поводу вашей начальной статистики по ключевым словам (и особенно почему вам больше не нужно беспокоиться о «ранжировании в верхние позиции» для всех статей вашего сайта, для того, чтобы получать трафик и доходы), то вот вам данные по только одной из страниц контента, что была опубликована на моём нишевом сайте, посвящённому одной тематике с высокой оплатой.

Примечание: чтобы защитить свой издательский бизнес и доходы, а также свои ниши, я буду изменять главное ключевое слово ниши, но буду сохранять одноразовые длиннословные ключевые фразы точно такими, которыми я их находил.

Пример:

Эта конкретная ниша – один из моих высокодоходных тестовых сайтов в нише страхования. Сам сайт имеет только около 75 страниц контента (я сделал его отдельно от моей главной группы ста сайтов).

Эта ниша **ОЧЕНЬ** конкурентная (практически невозможно пробиться на главные позиции по любому из однофразных ключевиков, использованных для статей).

Главный ключевик для этой страницы: **тарифы по автострахованию**.

(Напоминаю, реальная ниша является очень близкой к теме, которую я использую для примера, но помните – я изменяю главный ключевик в этом примере, чтобы защитить свою нишу. Я скажу вам точные длиннословные сочетания, по которым находился мой сайт, но, пожалуйста, не спрашивайте меня, что это за ниша и не ищите её в моих доменах – и я предлагаю вам тоже максимально защищать свой бизнес!)

- 1) Заголовок статьи был об автостраховании, и гласил что-то вроде «Десять способов получения самых низких тарифов на автостраховку».
- 2) Я добавил в статью 10 дополнительных, связанных по тематике ключевиков, добытых с помощью моего инструмента по получению ключевых слов. Например – ставки, котировки, дешёвый, онлайн, калькуляция и т.д.
- 3) Я сделал исследование по теме в 10 сайтах, занимающих верхние позиции и отобрал те дополнительные ключевые фразы, которые использовались на них, после чего выбрал термины, которые подходили для моей статьи.
- 4) Я использовал названия различных городов из района Сан-Диего.
- 5) Общее количество слов в статье: 753.

Примечание: помните, что я не люблю тратить своё время, слишком часто изучая статистику по страницам, как делается в этом примере. Вместо этого я предпочитаю публиковать больше статей. Но ради этого учебного курса и для

того, чтобы показать вам, насколько интересным может быть получение дохода от ключевого термина, по которому я даже не старался занять позиции в выдаче поисковой системе, вот вам результат:

- Вчера эта одна страница со статьёй получила **9 уникальных посетителей**.
- Страницы самой по себе **даже и близко нет возле топа выдачи** по «тарифам на автострахование»
- Эти 9 уникальных посетителей **сделали 2 клика** по рекламным объявлениям Адсенса.
- Ввиду того, что это **ниша с высокой стоимостью рекламы**, общий доход за этот день составил **2,22 долл.**

И вот вам все 9 ключевых фраз, по которым я никогда не проводил оптимизацию, но которые привлекли к этой одной статье достаточно трафика, чтобы сделать её контент настолько доходным, насколько он должен быть:

Уникальные ключевики, по которым был найден мой сайт	Посещения от каждого
low senior rates for auto insurance in california	1
auto insurance la mesa bad credit	1
auto insurance san diego low rates	1
is my auto insurance cancelled + escondido	1
search auto insurance rates claremont mesa san diego	1
how to compare auto insurance rates online	1
san diego ca + can't get cheap auto insurance due to accident	1
cheap auto insurance rates for bad credit san diego	1
is liability insurance enough for my car national city	1

Так какой же урок вы можете извлечь из приведённого выше примера?

Очень простой:

1) Когда вы подбираете ключевые слова для вашего сайта, отбросьте представление, что вы должны выбирать очень точные термины и беспокоится о том, чтобы быть на первом месте.

2) Начинайте с терминов, по которым есть наибольшее количество поисковых запросов, дополняя их всеми «тематическими фразами», которые только возможны, когда вы подготавливаете ваши статьи.

3) В конце концов вы начнёте получать позиции по этим главным высококонкурентным 2-х и 3-х словным терминам (когда ваш сайт будет иметь возраст и зарекомендует себя).

4) На протяжении того времени, когда ваш сайт проиндексируется и будет медленно набирать ссылки, вы будете получать трафик от длиннословных фраз, которые вы никогда не пытались оптимизировать.

Теперь давайте вернёмся назад к моему простому подходу по подбору ключевых слов для всех типов трастовых сайтов...

Когда вы приступите к созданию высококачественного авторитетного сайта, вы больше не будете бороться за один-единственный ключевик (как это происходит в микронизмах). Вы будете получать позиции и трафик от ТЫСЯЧ тематических фраз с течением времени.

По сути, вы просто «закрепляете» позиции вашего сайта, позволяя его страницам быть найденными по поисковым запросам, которые дают уникальные ключевики.

Если всё сделано правильно, вы получите таргетированный трафик на ваши страницы со статьями, приличное количество кликов по рекламе Адсенс, размещённой на ваших сайтах и приобретёте «трастовость», получив как можно больше качественных ссылок на ваш сайт.

Тем из вас, кто перегрузил себя информацией и застыл от страха перед «правильным подбором ключевых слов» я могу сказать, что вы будете совершенно поражены тем, каким простым может быть поиск ключевых слов для ваших страниц, категорий и статей.

Всё о чём я прошу перед тем, как вы продолжите чтение этого раздела, так это то, чтобы вы обязались сделать следующее:

1) Притворитесь, что вы не онлайн предприниматель, а просто кто-то, желающий создать свой первый веб-сайт просто для своего удовольствия.

2) Забудьте всё, что вы знаете о поиске ключевых слов.

3) Освободите своё сознание от пристрастия к статистике (большая часть её всё равно не отличается точностью, равно как и все инструменты для подбора ключевиков).

Используйте любой инструмент для подбора ключевых слов, который вам нравится, если он нормально работает!

Так как вы теперь вступаете в высшую лигу, создавая высококачественные трастовые сайты, требования по подбору ключевых слов легко выполнить, используя любой инструмент, применяемый для этого.

Лично я использую для своих сайтов следующие две программы для подбора ключевых слов (главным образом первую):

1) Wordtracker:

Честно говоря, всё, что я делаю для подбора ключевых слов, может быть сделано с помощью одного бесплатного инструмента (Market Samurai), но Wordtracker был моей любимой программой, начиная с 2005 г., когда я только начал свой онлайн бизнес. Мне нравится её интерфейс и я привержен к имеющемуся в ней поиску по «связанным идеям».

2) Market Samurai:

Догадываетесь, почему? Вы можете избежать платы за использования программы Wordtracker и просто использовать бесплатный модуль по подбору ключевых слов, имеющийся в программе Market Samurai. Большею частью я не использую даже Market Samurai, но когда я чувствую по каким-то непонятным причинам необходимость углубления в статистику ключевых слов (что происходит не часто), я использую именно её.

Перед тем, как покупать любую программу: сначала прочитайте всё о моём способе!

Всё, что мне нужно от вас, так это то, чтобы вы сначала ознакомились с моим способом и затем вернулись к имеющимся у вас инструментам и просто начали использовать их возможности для того, чтобы помочь себе в поиске ключевых слов, как это делаю я.

Я стараюсь как можно ясно сказать, что нет никаких секретов во всех этих программах или сервисах для поиска ключевых слов. Всё, что они делают, так это выбирают ключевые слова из баз данных (некоторые используют свои собственные базы ключевых слов, собранные за длительное время, другие используют такие источники, как Google Adwords tool).

Лично я не придаю значения тому, какой инструмент по подбору ключевых слов вы используете, если это помогает вам в работе!

Другие инструменты по подбору ключевиков, которые вы можете рассмотреть:

- **Micro Niche Finder:**

Эта программа была главной в моём курсе по микроникшевым сайтам и она всё ещё является выдающимся инструментом для любых поисков ключевых слов. Лично я не использую эту программу для работы с моими авторитетными сайтами. Однако, если у вас есть эта программа, тогда, прежде всего, посмотрите, подходит ли она для работы с вашими большими сайтами. Если нет, то тогда используйте Market Samurai или Wordtracker.

- **Keyword Elite:**

Это ещё один прекрасный инструмент, которым я пользовался некоторое время. Если он есть на вашем компьютере и вы хотите сделать ещё одну попытку в его использовании перед тем, как начать изучение других аналогичных программ, тогда, как я уже говорил – используйте её для создания ваших списков ключевиков.

Как я это делаю: 6 шагов по составлению плана поиска ключевиков для вашего сайта

Когда вы выбрали свою нишу, без разницы, какой подход к созданию сайта вы решили использовать (создавать сайт, охватывающий большой рынок, использовать широкую нишевую модель, тематическую нишевую модель или же микронишевую модель – подробно об этих методах я рассказал в предыдущей главе), мой процесс поиска ключевых слов одинаковый:

- 1) Прежде всего, соберите список всех **идей для категорий, используя те сайты, которые лидируют в вашей нише**. Это означает, что надо самому посещать другие веб-сайты и записывать все категории, которые используют ваши конкуренты.
- 2) Далее, **добавьте больше идей для категорий** к этому списку, используя вашу любимую программу по подбору ключевых слов. Я предпочитаю Wordtracker, но подойдёт и любой другой подобный инструмент.
- 3) После этого **сузьте список категорий**, чтобы он соответствовал общей теме вашего сайта. Эти категории теперь будут соответствовать тем ключевикам, которые вы используете.
- 4) Один за другим, главные ключевые слова каждой категории будут использованы для того, чтобы «раскопать» как можно больше терминов, относящихся к каждому конкретному ключевику. Если у вас есть 10 категорий, то в таком случае у вас будет 10 разных списков ключевиков, если 5 категорий – 5 списков и т.д.
- 5) Следующим шагом будет решение о том, какие из этих ключевиков вы хотите использовать для **первых статейных тем** каждой категории. Я предпочитаю начать с 10-ти на каждую, вы можете использовать меньше или больше.
- 6) Финальный шаг (и такой, который вы будете повторять снова и снова) наступит, когда придёт время писать ваши статьи. Это будет поиск тематических ключевых слов. **Я расскажу об этой процедуре в следующей главе, посвящённой созданию контента.**

Пора начинать: пошаговый пример (чаевая ниша)

Используя «чаевую» нишу как пример, я собираюсь показать, каким простым является создание плана сайта, с которым нет необходимости беспокоиться по поводу его статистики и параметров (только если вы сами захотите этого, когда придёт время ваших статей).

Когда вы создаёте свой сайт, лучше всего иметь по крайней мере 5-20 категорий, перечисленных в вашем навигационном меню. Эти категории также будут источником всех статей вашего сайта.

Некоторые ниши могут иметь всего лишь несколько категорий (как в микронизишевых сайтах), другие могут иметь до 100 или больше со временем.

Шаг 1: Составьте список идей для категорий, используя другие сайты

Что я люблю делать сначала, так это посмотреть на несколько лидирующих в нише сайтов и записать общие категории, которые используются в их структуре.

Любой из сайтов, входящих в первую десятку выдачи по высокочастотным ключевым словам вашей ниши будет очень представительным и соответственно имеющим все категории, нужные вам.

Этот шаг настолько потрясающе прост, что большинство просто не видит его!

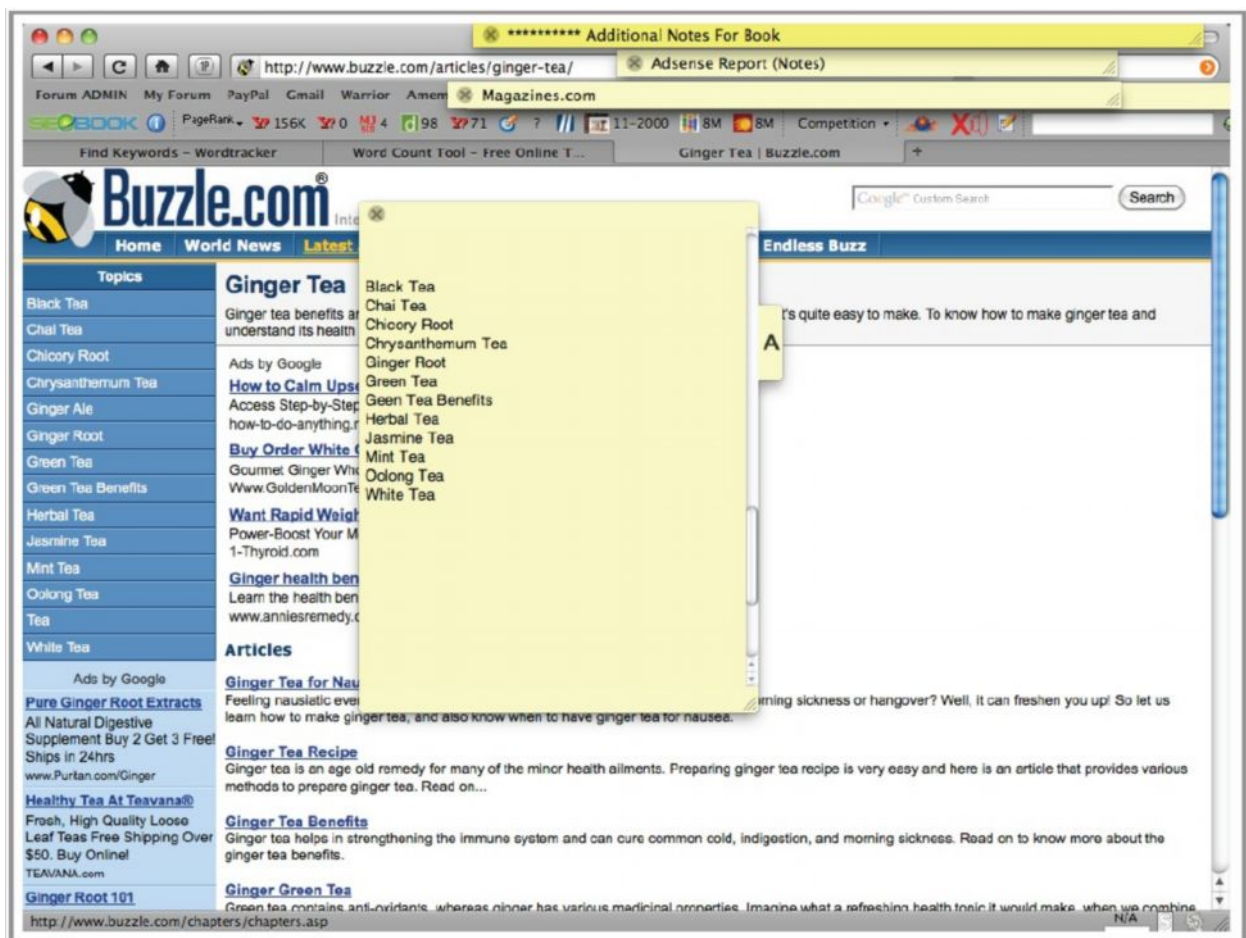
До сегодняшнего дня я всё ещё не встречал ни одного совета о том, что нужно просто рассмотреть самые успешные сайты в нише для того, чтобы увидеть, какие главные категории и ключевики они используют.

Подумайте об этом – все начальные поиски фактически уже для вас сделаны!

Первый сайт, который я рассмотрел, был Buzzle.com и, как вы можете видеть в левом меню на скриншоте ниже, здесь имеется отличный начальный список «чайных» категорий, которые я могу использовать.

Далее я просто их записал.

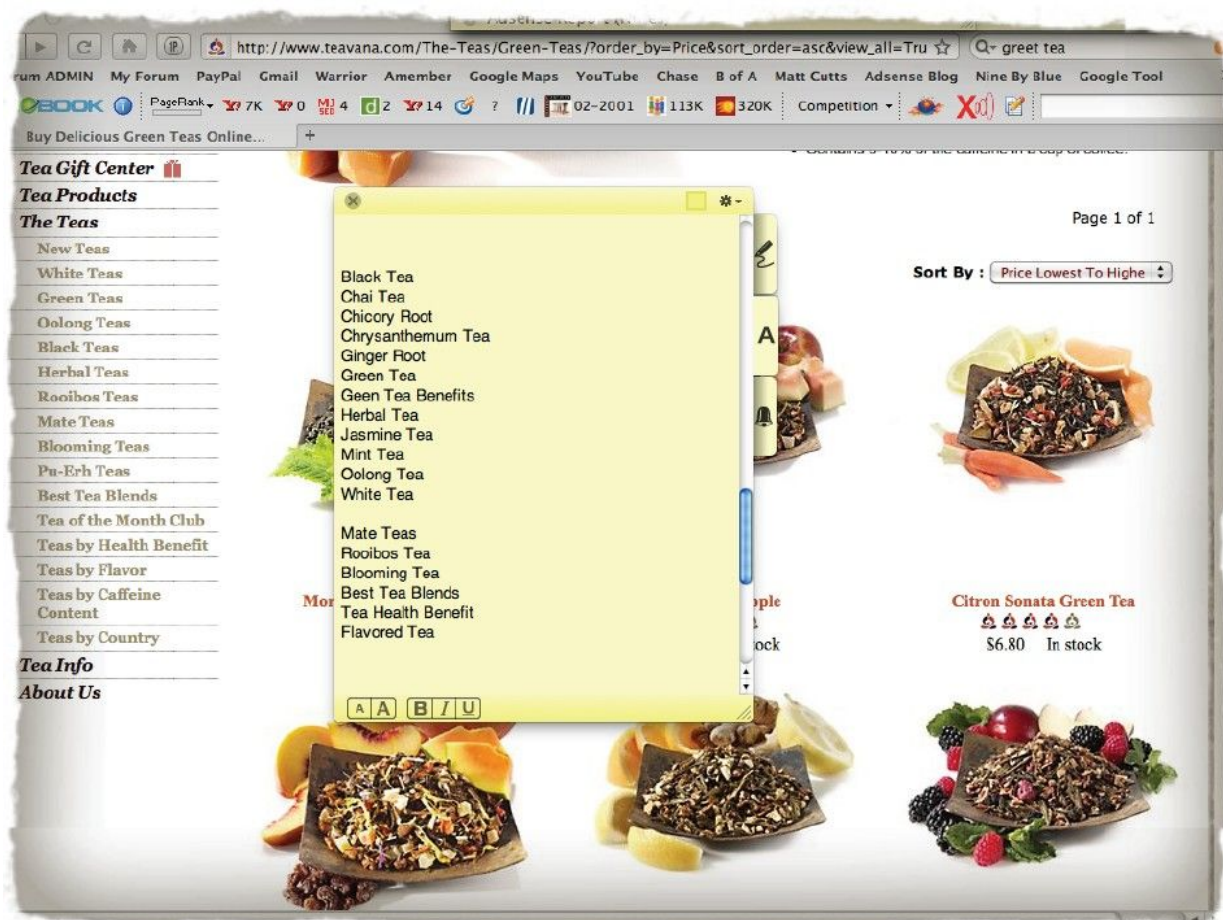
(Кстати, жёлтые «заметки-липучки», которые вы видите на этих скриншотах являются отличным инструментом, который я с удовольствием использую, работая онлайн. Это заметки, которые прикрепляются к верху всех ваших окон таким образом, что вы можете свободно записывать идеи и поисковые темы без необходимости сворачивать конкретное окно или фрейм).



Теперь я проверю ещё один сайт для того, чтобы получить ещё несколько дополнительных идей о категориях, перед тем, как включить мою программу по подбору ключевых слов для получения ещё большего количества идей.

Я решил рассмотреть сайт о продуктах от рекламодателя из списка Адвордс и выбрал **Teavana.com**.

Здесь нет слишком большого количества дополнительных идей, которых я бы уже не записал из Buzzle, но мне удалось добавить ещё 6 возможностей для моего списка категорий ключевых слов, как это показано на скриншоте ниже:



Для некоторых ниш я мог бы рассмотреть ещё десятки других сайтов для получения идей об их категориях, но **необходимость этого зависит от конкретной ниши.**

Ниша «Чай» является очень незамысловатой. Обычно большинство сайтов сразу дают мне все необходимые категории, перед тем, как я предпринимаю следующий шаг по поиску, используя Wordtracker.

Примечание: Я хочу напомнить вам ещё раз, что вам не нужен Wordtracker для того, чтобы получить больше идей или создать свой список ключевых слов. Market Samurai отлично делает то же самое и часть этой программы, которая используется для подбора ключевых слов, бесплатна.

Таким образом, у меня есть следующие идеи для мозгового штурма, полученные в ходе рассмотрения сайтов моих конкурентов:

Исследуемый сайт	Возможные категории из идей, предложенных сайтом
Buzzle.com	Black Tea Chai Tea Chicory Root Chrysanthemum Tea Ginger Root Green Tea Green Tea Benefits Herbal Tea Jasmine Tea Mint Tea Oolong Tea White Tea
Teavana.com	Mate Teas Rooibos Tea Blooming Tea Best Tea Blends Tea Health Benefit Flavored Tea

Помните, что все категории, которые вы копируете с сайтов, занимающих ведущие позиции в выбранной вами нише, служат только лишь для мозгового штурма.

Примечание: вам нет необходимости использовать все найденные вами категории и не обязательно их все записывать. На самом деле, можно легко начать только лишь с несколькими категориями и потом нарастить их количество.

Мой личный подход, однако, такой, чтобы начиная новый сайт, иметь на нём количество категорий, позволяющее охватить как можно больше информации и чтобы на новом сайте было так много страниц со статьями, сколько я смогу сделать.

Как по мне, так всем вам стоит начать по крайней мере с 75-100 страниц, и потом использовать большую часть своего времени каждый день обеспечивая получение качественных ссылок на свой сайт. Но выбор за вами, только вам решать, что делать.

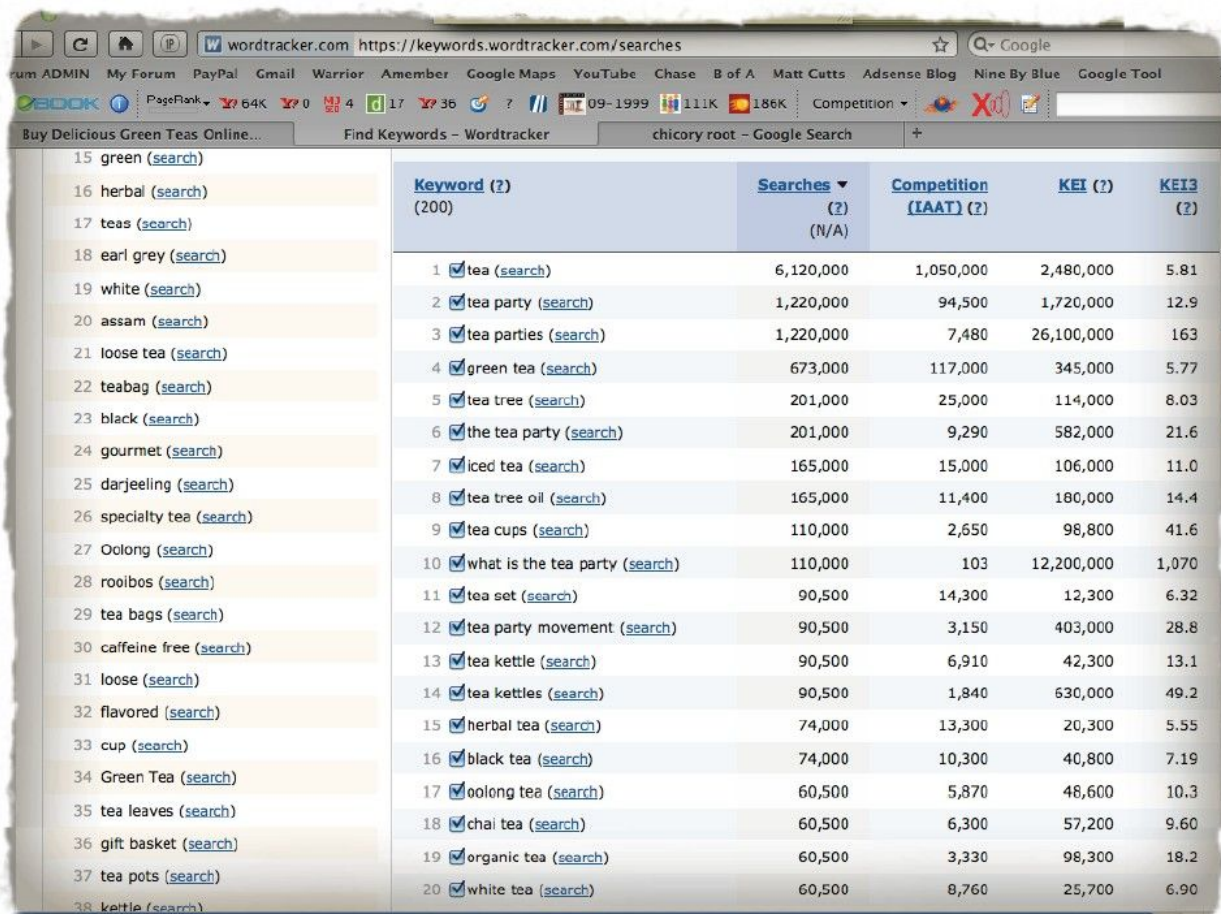
Шаг 2: Получите больше идей о категориях с помощью программы по подбору ключевых слов

Вот скриншот Вордтреккера (ниже). Мне особенно нравится в этой программе то, что в её левой части всегда предлагаются «родственные термины», которые подсказывают массу отличных идей по каждому ключевому слову и нише, которую вы исследуете.

В главном списке, который вы видите посередине, перечислены термины от имеющих наибольшее число поисковых запросов до тех, которых ищут меньше всего.

Я собираюсь вручную пройти по всем терминам, отобрать те, которые мне нужны для моего списка категорий, затем перейти к созданию списков ключевиков для каждой отдельной категории.

Примечание: как вы можете видеть, здесь есть МАССА ключевиков и идей для категорий. Поэтому придётся заниматься отбором их вручную. Используйте свой здравый смысл и просто запишите всё, что осталось от предыдущего списка идей для категорий, найденных на ведущих сайтах в вашей нише.



The screenshot shows a web browser window with the Wordtracker website. The search results are displayed in a table with columns: Keyword (?), Searches (?), Competition (IAAT) (?), KEI (?), and KEI3 (?). The search term is 'tea'. The results list various tea-related keywords and their associated metrics.

Keyword (?)	Searches (?)	Competition (IAAT) (?)	KEI (?)	KEI3 (?)
1 tea (search)	6,120,000	1,050,000	2,480,000	5.81
2 tea party (search)	1,220,000	94,500	1,720,000	12.9
3 tea parties (search)	1,220,000	7,480	26,100,000	163
4 green tea (search)	673,000	117,000	345,000	5.77
5 tea tree (search)	201,000	25,000	114,000	8.03
6 the tea party (search)	201,000	9,290	582,000	21.6
7 iced tea (search)	165,000	15,000	106,000	11.0
8 tea tree oil (search)	165,000	11,400	180,000	14.4
9 tea cups (search)	110,000	2,650	98,800	41.6
10 what is the tea party (search)	110,000	103	12,200,000	1,070
11 tea set (search)	90,500	14,300	12,300	6.32
12 tea party movement (search)	90,500	3,150	403,000	28.8
13 tea kettle (search)	90,500	6,910	42,300	13.1
14 tea kettles (search)	90,500	1,840	630,000	49.2
15 herbal tea (search)	74,000	13,300	20,300	5.55
16 black tea (search)	74,000	10,300	40,800	7.19
17 oolong tea (search)	60,500	5,870	48,600	10.3
18 chai tea (search)	60,500	6,300	57,200	9.60
19 organic tea (search)	60,500	3,330	98,300	18.2
20 white tea (search)	60,500	8,760	25,700	6.90

Шаг 3: Сузьте идеи для категорий к необходимому количеству

Как вы можете увидеть на скриншоте из Вордтреккера выше, терминов, связанных с чаем, очень много. И сейчас я хочу сузить количество категорий, чтобы они лучше вписывались в структуру моего сайта.

У меня уже есть хороший список, сделанный перед этим, когда я вручную просмотрел два авторитетных сайта, но я всё же решил дополнить его с помощью вордтреккера.

Примечание: Нет никакой магии в деле подбора категорий. Вам просто нужно охватить все базовые темы в вашей нише. И то, что вы находите много категорий, связанных с вашей темой, вовсе не означает, что вам нужно начинать делать сайт со всеми ими одновременно.

И вот как выглядит мой конечный список категорий:

(Я закончил в «чаевой» нише 18-ю категориями)

Категория	
1) Tea Health Benefits	10) Jasmine Tea
2) Black Tea	11) Mint Tea
3) Chai Tea	12) Oolong Tea
4) Chinese Tea	13) Organic Tea
5) Chrysanthemum Tea	14) Rooibos Tea
6) Gourmet Tea	15) White Tea
7) Green Tea	16) Wu Long Tea
8) Herbal Tea	17) Yogi Tea
9) Iced Tea	18) Tea Accessories

Шаг 4: Создайте индивидуальный список ключевиков для каждой категории

Теперь у меня есть все категории, на которых мой сайт о чае будет основан. Следующий шаг – создание списков ключевиков для каждой из 18 категорий.

- Эта часть работы настолько проста, что, делая её, **нет необходимости беспокоиться о статистических данных по ключевикам.**
- На самом деле, эта работа делается всего лишь **одним нажатие кнопки** в любой программе по подбору ключевых слов.
- Используя Вордтреккер, я просто ввожу в него главный ключевик и нажимаю кнопку «поиск», после чего мой список ключевых слов готов.

Примечание: для составления этих списков всегда используйте широкие критерии подбора. Я знаю, что данные здесь советы относятся к «точному» подбору, и я даже согласен с этим, когда ваши усилия сфокусированы на одном индивидуальном ключевике. Однако о ключевиках будет справедливым сказать, что вам не следует фокусироваться на специфических фразах при создании больших сайтов.

Вместо этого, думайте в плане «тем» и «идей». Ваши страницы сами по себе будут занимать хорошие позиции по МАССЕ не предусмотренных вами вариаций ключевых слов, и затем, с течением времени, ваши главные ключевики займут позиции, по праву им принадлежащие.

Дополнительное примечание: нет необходимости просеивать сотни или тысячи ключевиков. Топовые 100-200 ключевиков – это всё, что необходимо (как правило), поскольку вы будете сужать ключевики ваших статей до тем, имеющих наибольшее число возможных поисковых запросов.

Конечно, некоторые ниши действительно могут иметь ключевики категорий, которые надо просеивать тысячами, но, большей частью, топовых 200-т или меньше будет вполне достаточно.

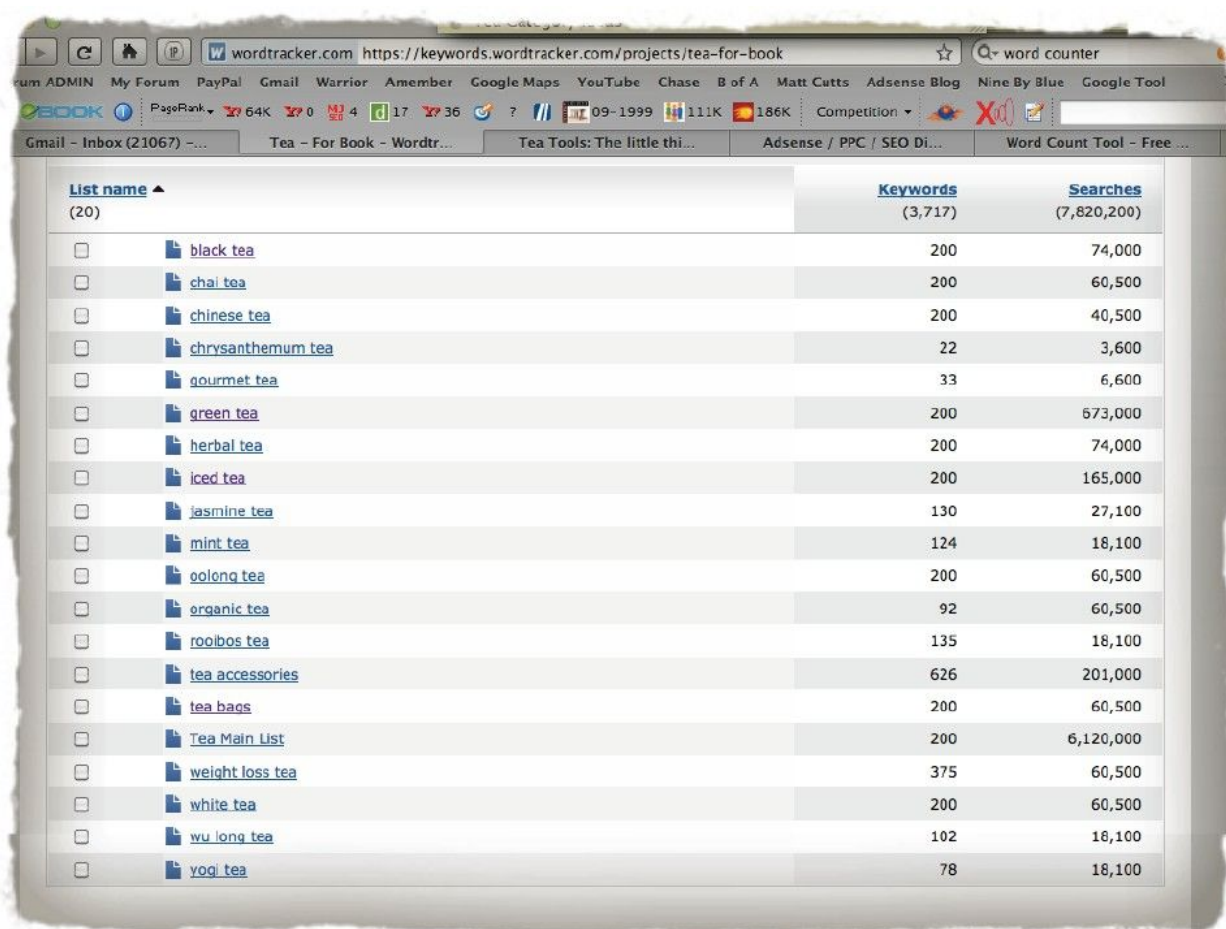
Возвращаясь к главным спискам ключевиков для категорий...

Ещё одной причиной, почему я люблю Вордтреккер, является то, что с ним легко следить за каждой нишей и за всеми категориями в этих нишах.

Да – с программой Market Samurai это тоже можно делать – **но немного иначе**.

Вот, что я имею ввиду – на скриншоте ниже показаны все мои категории в интерфейсе Вордтреккера. Справа вы можете видеть количество родственных ключевиков, найденных для каждой категории.

Это только начало, но **для работы уже есть более чем достаточное количество ключевиков и их хватит надолго**.



List name ▲ (20)	Keywords (3,717)	Searches (7,820,200)
<input type="checkbox"/> black tea	200	74,000
<input type="checkbox"/> chai tea	200	60,500
<input type="checkbox"/> chinese tea	200	40,500
<input type="checkbox"/> chrysanthemum tea	22	3,600
<input type="checkbox"/> gourmet tea	33	6,600
<input type="checkbox"/> green tea	200	673,000
<input type="checkbox"/> herbal tea	200	74,000
<input type="checkbox"/> iced tea	200	165,000
<input type="checkbox"/> jasmine tea	130	27,100
<input type="checkbox"/> mint tea	124	18,100
<input type="checkbox"/> oolong tea	200	60,500
<input type="checkbox"/> organic tea	92	60,500
<input type="checkbox"/> rooibos tea	135	18,100
<input type="checkbox"/> tea accessories	626	201,000
<input type="checkbox"/> tea bags	200	60,500
<input type="checkbox"/> Tea Main List	200	6,120,000
<input type="checkbox"/> weight loss tea	375	60,500
<input type="checkbox"/> white tea	200	60,500
<input type="checkbox"/> wu long tea	102	18,100
<input type="checkbox"/> yogi tea	78	18,100

Примечания по этой картинке из Вордтреккера:

На скриншоте выше вы можете видеть, что у меня есть больше списков, чем моих 18 идей для категорий. Я просто решил не включать некоторые из них в свой будущий план, так как я подумал, что 18-ти категорий будет достаточно. Это как раз я и имел в виду, говоря, что не существует каких-то правил при принятии решений по вашим категориям.

Вы также можете видеть, что категория «Tea Accessories» («чайные аксессуары») имеет более 200 ключевиков. Я также рассмотрел **626** родственных ключевиков по одной лишь этой категории. Некоторые категории, наподобие этой, могут иметь более чем 200 ключевиков. Это можно объяснить тем, что «Tea Accessories» имеет много тем, связанных с этой категорией, которые я добавил, например:

- 1) Tea Pots
- 2) Tea Kettles
- 3) Tea Cups
- 4) Tea Bags

И так далее (все эти ключевики будут исследованы и добавлены к списку категории «Tea Accessories»).

Пример полного списка для отдельной категории: Black Tea («чёрный чай»)

Я собираюсь использовать одну категорию как пример, а затем сконцентрироваться на моих таблицах главных ключевых слов для статей. Показ всех 18-ти категорий был бы излишним и занял бы здесь слишком много места.

Вам просто следует знать, что с каждой категорией, которая будет на вашем сайте, нужно делать то же самое.

Примечание: Показанные числа – это цифры поисковых запросов (не очень достоверные, но достаточно показательные, чтобы понять, какие запросы более популярны, а какие – менее). Прежде всего, вам нужны фразы, имеющие **самый большой возможный трафик**.

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
black tea	74000
black tea and green tea	4400
green tea or black tea	4400
green and black tea	4400
benefits of black tea	4400
benefits black tea	4400
benefit of black tea	4400

green black tea	4400
green tea black tea	4400
black tea green tea	4400
black tea benefits	4400
caffeine black tea	3600
caffeine in black tea	3600
black tea caffeine	3600
black tea party	3600
black tea bags	2400
organic black tea	2400
iced black tea	1900
decaf black tea	1900
decaffeinated black tea	1900
what is black tea	1600

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
tazo black tea	1600
black tea and health	1600
black tea health	1600
health black tea	1600
loose black tea	1600
green tea versus black tea	1300
earl grey black tea	1300
black tea hair	1000
orange black tea	1000
black tea good	1000
black tea health benefits	1000
green tea vs black tea	1000
organic black tea bags	1000
health benefits black tea	1000
coffee black tea	1000
oolong black tea	1000
health benefits of black tea	1000
black tea vs green tea	1000
chai black tea	1000
black tea for hair	1000
green vs black tea	1000

raspberry black tea	880
vanilla black tea	880
darjeeling black tea	880
black tea leaf	880
english black tea	880
golden honey darjeeling black tea	720
tazo iced black tea	720
ceylon black tea	720
chinese black tea	720
pekoe black tea	720

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
black tea pekoe	720
bali black raspberry black tea	720
lipton black tea	720
black tea lipton	720
black tea calories	590
loose leaf black tea	590
black tea nutrition facts	590
black tea rinse	590
buy black tea	590
assam black tea	590
best black tea	590
calories in black tea	590
english breakfast black tea	590
flavored black tea	590
caffeine content in black tea	480
canadian vanilla maple decaf black tea	480
black tea set	480
black tea and pregnancy	480
caffeine content black tea	480
black tea with milk	480
tuscany orange spice black tea	480
victorian earl grey decaf black tea	480
rose black tea	480
amount of caffeine in black tea	480
how much caffeine in black tea	480

drinking black tea	480
black tea caffeine content	480
black tea recipes	480
how much caffeine is in black tea	480
black tea pregnancy	480
does black tea have caffeine	480

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
black tea extract	390
drink black tea	390
is black tea good for you	390
black tea leaves	390
orange pekoe black tea	390
black tea recipe	390
black tea and weight loss	320
black tea bag	320
instant black tea	320
black tea for weight loss	320
black tea weight loss	320
black tea rinse for hair	320
black tea hair rinse	320
bulk black tea	260
arizona black tea	260
twinings black tea	260
peach black tea	260
black tea bulk	260
types of black tea	260
effects of black tea	260
lemon black tea	260
premium black tea	260
keemun black tea	260
black tea types	260
black tea with lemon	260
black tea vs coffee	260
where to buy black tea	260
black tea antioxidants	260
black tea lemonade	210

caffeine in green tea vs black tea	210
chai spice black tea	210

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
lychee black tea	210
jasmine black tea	210
black tea during pregnancy	210
black tea caffeine vs coffee	170
yunnan black tea	170
pekoe cut black tea	170
black tea powder	170
mango black tea	170
tazo chai black tea	170
side effects of black tea	140
tazo iced black tea bags	140
too much black tea	140
orange pekoe and pekoe cut black tea	140
japanese black tea	140
pure black tea	140
black tea side effects	140
black tea seeds	140
black tea cancer	140
celestial seasonings black tea	140
black tea brands	110
scented black tea	110
black tea acne	110
caffeine free black tea	110
black tea parties	110
black tea lose weight	110
good earth black tea	110
fair trade black tea	110
black tea diet	110
what is black tea good for	110
black tea latte	110
black tea dht	91

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
smoking black tea	91
organic decaf black tea	91
snapple black tea	91
black tea hair loss	91
black tea flavors	91
african black tea	91
benefits of drinking black tea	91
best black tea brand	91
black tea sampler	91
bigelow black tea	91
is black tea bad for you	91
twinings vanilla black tea	91
is black tea safe during pregnancy	91
tazo awake black tea	91
kenyan black tea	91
black tea and diabetes	73
russian black tea	73
black tea diabetes	73
pure ceylon black tea	73
strong black tea	73
black tea plant	73
black tea ingredients	73
instant black tea powder	73
earl gray black tea	73
history of black tea	73
black tea supplier	58
high quality black tea	58
buy black tea online	58
black tea wiki	58
turkish black tea	58
salada black tea	58

Категория: Black Tea (189 Ключевиков)	Запросы
---------------------------------------	---------

black tea blood pressure	58
black tea constipation	58
is black tea healthy	46
black tea antioxidant	46
twinings peach black tea	46
black tea cholesterol	46
black tea type	46
pickwick black tea	46
black tea polyphenols	46
rickshaw black tea	46
pu erh black tea	36
does black tea help you lose weight	36
organic black tea bulk	36
advantages of black tea	36
tetley black tea	36
black tea benefits and side effects	28
black tea varieties	28
black tea plants	22
black tea processing	16
is black tea good for weight loss	16
black tea chest	16
is black tea good for health	12
black tea preparation	12
black tea disadvantages	0

Шаг 5: Наступило время перебрать каждый индивидуальный список ключевиков

На этой стадии у вас будет длинный список таргетированных ключевиков для каждой категории, наподобие списка категории «black tea», показанного выше. Следующим шагом будет избавление от всех терминов, которые имеют слишком мало поисковых запросов, терминов, которые повторяются, а также терминов, которые не связаны с темой категории.

Это ручная работа – ни одна программа по подбору ключевых слов не сделает это за вас. Вручную – лучше всего!

Поиск ключевиков и их выбор из списка занимает много времени, но когда вы закончите составление плана вашего сайта, остальное будет очень лёгким!

Вы просто будете наполнять сайт хорошим контентом, обновлять еженедельно каждую категорию и как можно больше заниматься получением качественных ссылок на ваш сайт.

Это не гламурная работа, но создание сайтов и публикация материалов на них имеет свои преимущества для тех из вас, кто понимает, что нужно придерживаться основ и что необходимо дать вашему сайту время для того, чтобы он занял позиции в выдаче по всем вариациям ваших ключевиков.

Хотя план этого сайта о чае является только примером, я убежден, что в реальном случае эта ниша могла бы давать 100-200 долл. в день через 6-12 месяцев (или меньше).

И сайт с такой доходностью, полученной через год от начала его создания, может быть легко продан за сумму от 50 000 до 75 000 долл.

Имея штат хороших писателей, любой, кто заинтересован в продаже качественных сайтов наподобие этого, может создать 4-5 сайта на протяжении года, затем продать их и выручить за них четверть миллиона долларов – делая это снова и снова.

Примечание: сам я не являюсь торговцем сайтами, но у меня есть партнёры, которые получают доходы такого плана. Они вкладывают годовую работу в сайт, развивают его до получения с него трёхзначного ежедневного дохода и затем продают за баснословную сумму.

Я ещё не созрел, чтобы продать какие-то из моих сайтов (которых у меня больше 100) ввиду того, что я люблю пассивный доход, но те из вас, кого заинтересовал вышеизложенный план, могут в нём преуспеть. Он рабочий!

И все же вернёмся к приведению в порядок моего списка ключевиков...

(1) Прежде всего, удалите избыточные фразы

Вы увидите ключевики в вашем списке, которые повторяются в слишком многих вариантах – избавьтесь от них.

Например, в моём списке по категории «black tea», я вижу много ключевиков, в которых есть термины «green tea» и «black tea», вроде этих:

- black tea and green tea
- green tea or black tea
- green and black tea
- green black tea
- black tea green tea

Если вы видите что-то подобное, то вам не нужно оставлять всё это в своём будущем списке ключевиков для статей. Таким образом, я выберу один ключевик, в котором самое большее количество поисковых запросов **сочетается с самым лучшим смыслом**.

Я уберу всё, кроме первого, оставив «black tea and green tea» («чёрный чай и зелёный чай»).

Пример 2: в этом списке вы можете видеть много ключевиков с повторяющимся термином «benefits» («выгоды»), вроде этих:

- benefits of black tea
- benefits black tea
- benefit of black tea
- black tea benefits

Опять же, выбирая один, имеющий больше всего смысла и поисковых запросов, я отброшу все, кроме «benefits of black tea» («выгоды чёрного чая»).

(2) Теперь отбракуйте несвязанные ключевики

Далее, вам будет нужно отбраковать ключевики, **не имеющих ничего общего с вашей нишевой областью**.

Это случается – любая программа для подбора ключевиков выискивает термины, которые могут иметь фразы о вашей нише, не имеющие ничего общего с вашей темой.

Например, в моём списке по категории «black tea» следующие термины будут забракованы:

- black tea party («чёрный чай вечеринка»)
- black tea hair («чёрный чай волосы»)

К счастью, в этом списке лишь немногие ключевики не соответствуют моей нише. Но в других нишах может быть иначе. Например, в моём списке по категории «tea accessories» («чайные принадлежности»), есть ключевики типа «kettles, tea trays, tea pots» («чайники, чайные подносы, заварочные чайники»). И также я увидел некоторые ключевики, такие как «**tea cup chihuahua**» («чайная чашка чихуахуа»), которые, очевидно, не являются частью моей ниши.

(3) Избавьтесь от бессмысленных фраз и фраз с малым количеством поисковых запросов

И, наконец, для очищения вашего списка вам надо избавиться от бессмысленных ключевиков и также от тех ключевиков, у которых мало поисковых запросов.

Важно: говоря о количестве поисковых запросов – каково их необходимое **минимальное** количество?

Какие статистические данные будут основанием, чтобы выбросить потенциально прибыльный ключевик?

Некоторые говорят – 500 в месяц, другие говорят – 300. **Я скажу, используйте даже те, которые имеют 100 запросов, а часто и те, что имеют 10 или 20 - иногда даже 0.**

Позвольте мне объяснить (ВАЖНО):

Прежде всего, нам СЛИШКО часто приходилось полагаться на статистику ключевых слов.

Например, я использовал ключевики, которые не показывали абсолютно **никакого объёма поисковых** запросов от Гугла, но в конечном итоге приносившие мне стабильных **20-50 посетителей в день**.

Это страницы со статьями, что были однажды написаны, имели несколько ссылок на них, но зарабатывали стабильных **10-30 долл. в месяц с одной страницы**.

Эти запросы и клики по рекламе были от людей, задающих поиск по множеству ключевых слов, по которым находилась моя страница.

Таки образом, при отбраковке ключевиков, основываясь на поисковых объёмах, - да - старайтесь отбрасывать те, что имеют очень небольшое количество поисковых запросов, но всё же **используйте для этого главным образом здравый смысл**.

Вот некоторые примеры:

Давайте посмотрим на пару ключевиков из списка о чёрном чае, которые практически не имеют поисковых запросов на протяжении месяца, и выясним, почему я их оставил в списке:

«Black Tea Preparation» («приготовление чёрного чая»)

Поисковый объём: только **12 запросов за месяц**.

Теперь, будете ли вы использовать ключевик для статьи, имеющий только 12 запросов в месяц – 0,4 запроса в день?

Я буду!

И вот почему:

Я собираюсь сохранить этот ключевик, потому что он несёт в себе смысл («приготовление чёрного чая»), подходящий для написания отличной статьи.

«Black Tea Preparation» является **отличной темой для статьи**, написанной для людей, для **моих** людей.

И я даю вам гарантию, что эта статья, если увеличить её тематичность с помощью связанных терминов, взятых из первой десятки ведущих сайтов в этой нише, со временем будет приносить по крайней мере от **0,5 до 1 долл. в день**, если иметь терпение, немного ссылок и домен с возрастом.

«Does Black Tea Help You Lose Weight» («помогает ли чёрный чай сбросить вес»)

Поисковый объём: только **36** запросов в месяц.

Опять же, этот ключевик **выглядит неудачным**, если смотреть только на количество запросов.

Но используйте вашу голову – здравый смысл – о чём этот ключевик? Кто-то спрашивает, помогает ли чёрный чай сбросить вес.

Это значит, что **ОЧЕНЬ** хорошая статья (к тому же, весьма сочная и объёмная) может быть написана о выгодах чёрного чая для желающих похудеть, для сжигания жира и т.д.

Вот у вас и есть ключевик, который мог быть выброшен, но имеющий потенциал принести вам десятки, если не сотни посетителей каждый день благодаря **РАЗНООБРАЗИЮ** запросов по ключевым словам, помогающим искать вашу конкретную страницу.

Этот тип статей, хотя и основан на длиннословных фразах, не имеющих большого поискового объёма, имеет потенциал занять позиции по вариациям ключевых слов, которые могут получать тысячи запросов в месяц.

Суть: снова хочу напомнить вам, что, как известно, **до 70% всех поисковых запросов в интернете являются уникальными** – такими, что больше не повторяются. Это означает, что вы и я имеем только 50% или что-то около того от списочных запросов, невзирая на то, какой программой по поиску ключевых слов мы пользуемся.

Таким образом, отбирая ключевики для статейных тем, которые имеют смысл для живых читателей, и внося в эти статьи много тематических слов, взятых с сайтов, занимающих ведущие позиции, вы сеете гораздо больше зёрен, чем осознаёте.

Шаг 6: Создайте скелет вашего сайта, используя программу Tree Pad

(Мой инструмент №1 для упорядочения информации по ключевикам и исследовательских заметок)

На этой стадии ваш сайт должен иметь список уже отобранных ключевиков для каждой выбранной категории. В моём примере это 18 категорий. Каждая из этих категорий имеет сотни связанных ключевиков.

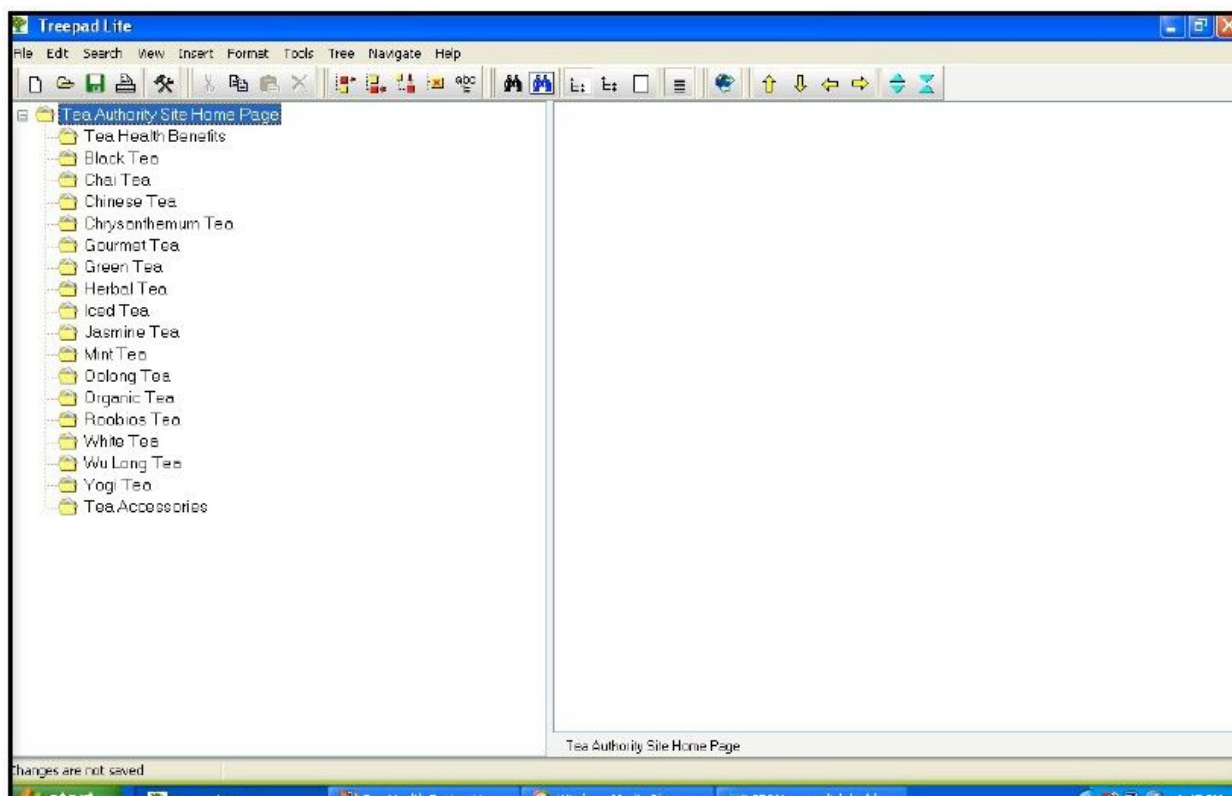
Далее вы должны перевести все эти отдельные списки в формат, который позволит вам отслеживать процесс работы, какие ключевики вы использовали и делать заметки по ходу ваших занятий статьями.

Для поклонников Экселя: используйте его, если хотите. Я ещё не нашёл времени, чтобы изучить основы работы в этой программе (*что я намеревался сделать последние 5 лет*).

Другие программы, которые вы можете выбрать: подходит всё, что вы хотите использовать для того, чтобы отслеживать ваши ключевики – здесь не существует правильных или неправильных способов.

Моя рекомендация – Tree Pad: за прошедший год я просто влюбился в эту простую (но мощную) программу. Жаль, что я не использовал её, когда я только начинал, но, по крайней мере, я не так давно уже перенёс в Tree Pad всю информацию по ключевым словам своих сайтов и все свои записи.

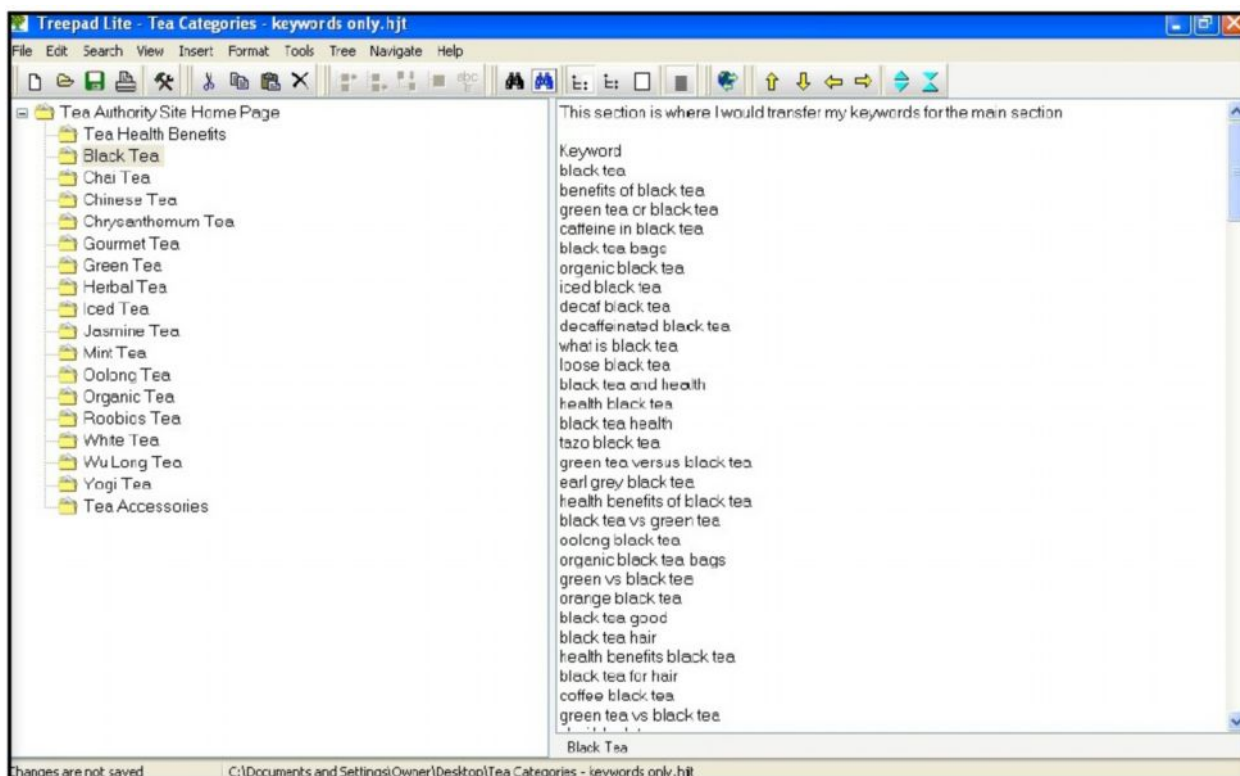
Вот ссылка на сайт этой программы: www.treepad.com



Выше вы видите скриншот, сделанный после того, как я внёс все 18 категорий моего сайта в Tree Pad Lite (это бесплатная версия программы).

Для каждого раздела, созданного вами в левой части программы, имеется соответствующее место в правой части, где вы можете записать все ключевики, относящиеся к каждой категории, статьи, которые вы пишете, и всё что вы считаете важным.

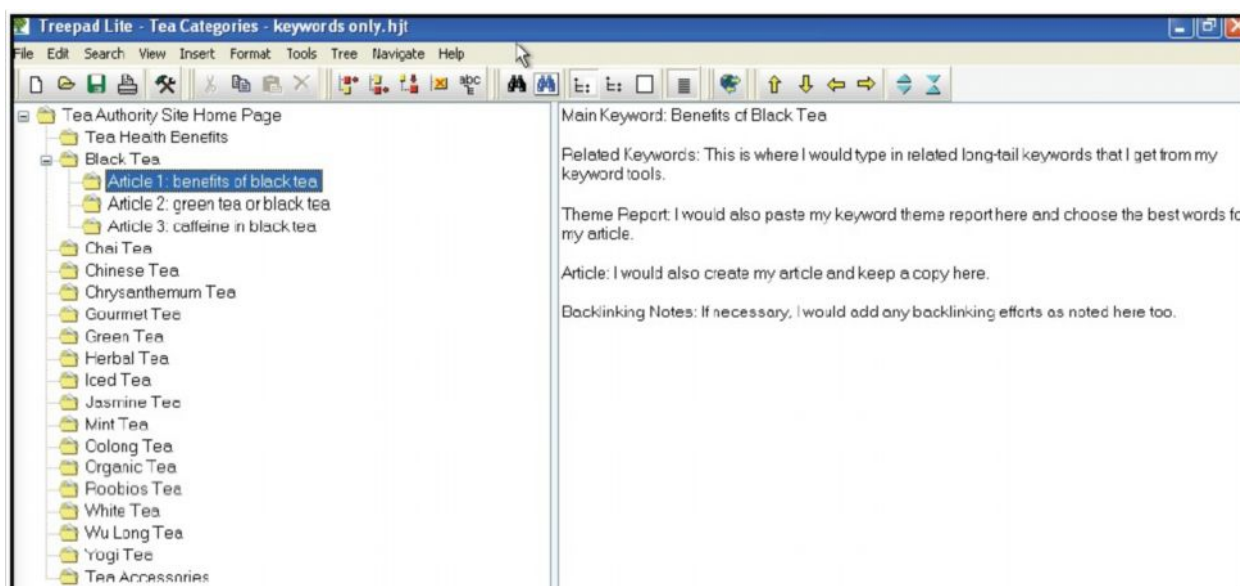
Как вот здесь:



Теперь, когда ваши главные категории внесены в Tree Pad, вы можете добавить сколько угодно «дочерних пунктов»:

Это и является назначением программы: *отслеживать процесс вашей работы, добавляя в программу каждую новую статью, ключевик, заметки и т.д.*

Ниже показано, как я буду вносить группу ключевиков, служащую примером, которую вы создадите как «дочерний пункт», и, таким образом, вы можете видеть то, как легко теперь следить за вашей собственной работой – используя раздел «black tea»:



Как вы видите на приведённом скриншоте, ключевик «benefits of black tea» («выгоды чёрного чая») теперь внесен под главной категорией «Black Tea» («Чёрный чай»).

Вы будете делать это для каждой категории таким образом, что в конце создания скелета вашего сайта у вас будет список всех статейных ключевиков, отобранных вами из раздела категорий, которые будут готовы к дополнительному поиску ключевых слов для вашего первого набора статей (на каждую категорию).

Вот как я использую Tree Pad:

- 1) Когда я прохожу по моему списку ключевиков и использую каждый из них для статьи, я просто создаю новый список под соответствующей категорией.
- 2) Для каждого нового ключевого слова, с которым я работаю, в боковом окне я записываю ключевики для моей статьи, тематические ключевые слова, и пометки об имеющихся ссылках на статью.
- 3) Хотя я не советую делать более одного внутреннего уровня в навигационном скелете вашего сайта, тем из вас, кто делает сайт по модели, охватывающей большой рынок или по широкой нишевой модели (см. Главу 1), программа Tree Pad позволяет создавать столько уровней вглубь, сколько вы пожелаете.

Финальный пример плана сайта (и некоторые важные вопросы)

Как много должно быть ключевиков категорий? В каком порядке их использовать?

Когда вы закончите со скелетом плана вашего сайта в программе Tree Pad, у вас должен быть перечень всех категорий с «очищенным» списком ключевиков для каждой категории (которые являются ничем иным как главными ключевыми словами для ваших статей).

Эти простые процедуры по поиску ключевых слов и планированию структуры сайта подготавливают почву для следующего шага в процессе построения вашего сайта: для **создания богатого тематического контента**.

Но сейчас рассмотрим 2 вопроса, возможно, возникших у вас:

(1) Сколько ключевиков должно быть после расчистки каждого их списка?

- Нет никаких ограничений на то, сколько ключевых слов каждая конкретная категория должна иметь. В некоторых нишах ключевики для категории могут никогда не заканчиваться, так как их может быть сотни тысяч (в больших нишах наподобие темы о похудении).
- Как минимум у вас должно быть 3 выбранных ключевого слова для статей в каждой категории, чего достаточно для создания сайта на 100 страниц.
- Для каких-то категорий у вас могут быть тысячи ключевиков, которые вы сможете один за другим выбирать для работы по обновлению вашего контента.

(2) В каком порядке следует их располагать?

- Порядок, в котором следует располагать и использовать ваши ключевики по ходу вашей работы должен быть от имеющих наибольшее количество поисковых запросов до тех, которые имеют их меньше всего.
- Помните, ваша цель – получить главные ключевики по большинству запросов – так как это создаст массу трафика к таким страницам от длиннословных вариантов и списков тематических ключевых слов.
- Вы можете выбирать ключевые слова для ваших статей по ходу дела. Мне нравится применять целостный подход. Например, я могу найти хорошую статью по специфическому вопросу, касающегося чёрного чая. Соответственно, я могу углубиться в мой список, чтобы найти ключевик, который соответствует этому вопросу.

На следующий день я могу написать вторую статью по ключевiku, который получает много поисковых запросов, потому что я нашёл другую отличную журнальную статью, на которой я могу базироваться. Здесь нет никаких правил, так что выбора за вами!

Финальная таблица примерного плана

Примечание: (1) эта таблица должна располагаться в программе Tree Pad, но, так как я не могу показать всю структуру, не заняв списками ключевиков слишком много страниц этой книги, я перечислю 10 ключевиков для каждой использованной категории.

Примечание: (2) секция «тематические слова» пустая, поскольку вы будете работать над получением этих слов по ходу написания каждой статьи, одно за другим, что мы обсудим в следующей главе.

Категории (18)	Ключевики статей для каждой категории (по 10 на каждый пример)	Тематические ключевики статей (дополнительные заметки и т.п.)
1) Tea Health Benefits	tea weight loss tea health tea health benefits green tea health best weight loss tea green tea health benefits green tea health properties green tea weight loss pills oolong weight loss tea herbal tea weight loss	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
2) Black Tea	benefits of black tea green tea or black tea caffeine in black tea black tea bags organic black tea iced black tea decaf black tea decaffeinated black tea what is black tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
3) Chai Tea	chai tea chai tea lattes chai tea recipe chai tea nutrition facts make chai tea calories in chai tea caffeine in chai tea tazo chai tea how to make chai tea chai tea tazo	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
4) Chinese Tea	chinese tea green chinese tea chinese tea for weight loss chinese tea diet chinese tea ceremony chinese tea set herbal chinese tea chinese tea for slimming chinese tea ceremonies wu long chinese tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

5) Chrysanthemum Tea	chrysanthemum tea benefits of chrysanthemum tea white chrysanthemum tea chinese chrysanthemum tea how to make chrysanthemum tea honey chrysanthemum tea buy chrysanthemum tea chrysanthemum tea caffeine vita chrysanthemum tea organic chrysanthemum tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
6) Gourmet Tea	gourmet tea gourmet tea coffee gourmet tea gift gourmet tea baskets gourmet tea machine wholesale gourmet tea gourmet tea gift basket gourmet tea wholesale gourmet tea bags gourmet tea maker	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
7) Green Tea	green tea benefits of green tea green tea for weight loss green tea extracts green tea diets caffeine in green tea mega tea green tea matcha green tea organic green tea best green tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
8) Herbal Tea	herbal tea herbal tea concentrate green tea herbal tea raspberry herbal tea herbal tea for detox lemon herbal tea herbal tea concentrate - raspberry herbal tea laxatives herbal tea concentrate - original slimming herbal tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

9) Iced Tea	iced tea iced tea recipes arizona iced tea iced tea maker iced tea machine iced tea brewer how do you make iced tea thai iced tea green tea iced tea iced tea nutrition facts	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
10) Jasmine Tea	jasmine tea green jasmine tea pearl jasmine tea jasmine tea benefits benefits of jasmine tea jasmine tea caffeine organic jasmine tea white jasmine tea health benefits of jasmine tea jasmine tea loose	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
11) Mint Tea	mint tea green mint tea moroccan mint tea mint tea recipes herbagreen creme de mint tea make mint tea benefit of mint tea iced mint tea valerian mint tea chocolate mint tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
12) Oolong Tea	oolong tea benefits of oolong tea oolong tea for weight loss oolong tea green tea purchase oolong tea green tea oolong tea organic oolong tea oolong tea health buy oolong tea coffee flavored oolong tea concentrate	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

13) Organic Tea	organic tea green organic tea organic tea bags ginger organic tea white organic tea oolong organic tea loose organic tea detox organic tea buy organic tea herbal organic tea peach detox organic tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
14) Roobios Tea	rooibos tea benefits of rooibos tea red rooibos tea health benefits of rooibos tea rooibos tea health vanilla rooibos tea rooibos tea bags african rooibos tea green rooibos tea herbal rooibos tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
15) White Tea	white tea green tea and white tea white tea benefits benefits of white tea organic white tea caffeine in white tea purchase white tea white tea vs green tea white tea bags silver white tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
16) Wu Long Tea	wu long tea purchase wu long tea wu long tea and weight buy wu long tea wu long tea for weight loss chinese wu long tea buy wulong tea oolong wulong tea wu long tea on oprah wu long tea diet	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

17) Yogi Tea	yogi tea yogi tea detox yogi tea green tea yogi tea reviews yogi tea bedtime kava yogi tea yogi tea chai yogi tea ginger yogi tea get regular yogi tea golden temple	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
18) Tea Accessories	tea pot tea kettle electric tea kettle electric tea pot ceramics teapots iron teapots glass teapot iron teapot cast iron teapots mr coffee iced tea pot	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

Последние напоминания по созданию плана ваших ключевиков

- Процесс поиска должных ключевых слов может быть однообразным и занимать много времени, но, как вы можете видеть из примерного плана, который я набросал – он предоставляет вам очень простой способ отследить, с какими ключевиками вы должны работать для ваших статей, какие ключевые слова вы уже использовали, и, самое главное – у вас будет возможность иметь **хорошо составленный план структуры сайта**.
- Помните, что вам не нужно использовать все идеи для категорий, которые вы найдёте. У вас может быть ниша, имеющая потенциал для 200 категорий. И что? Минимизируйте их до 20 или 30 (и даже меньше). Просто старайтесь как можно лучше тематизировать эти группы.
- Никогда не забывайте примера страницы по «автострахованию», который я вам давал. Этот тип трафика бывает на каждом сайте, буквально на каждой странице, которая у меня есть. И это может быть достигнуто только лишь полным использованием преимущества по добавлению **тематических фраз, терминов, вызывающих догадки, и как можно большего количества контента**.
- И последнее, планируйте создать как можно больше страниц (**это только моё мнение**).

Примечание: в течении полтора лет тестирования новых авторитетных сайтов, начиная с момента выхода моего учебного курса в 2009 г., я сравнивал позиции и заработки похожих сайтов – одних, имеющих 10-20 страниц, других, имеющих 75-100 страниц.

На протяжении длительного периода сайт с большим количеством страниц поначалу достигал лучших результатов. Я не совсем уверен, чему это можно

обязать, кроме как, возможно, возрасту проиндексированных страниц (Гугл даёт больше веса опубликованным страницам, имеющим возраст). Но не сосредотачивайтесь на этом – делайте то, что вы можете и как можете – и старайтесь создавать максимально качественный контент.

Глава 3:

создание контента

(Часть 1) Магия написания тематической статьи

- Контент, по настоящему необходимый Гуглу – и за который он вас вознаградит!
- Сравнение хорошо тематизированного 30-ти страничного сайта со средним 300-т страничным сайтом.
- Моих 3 базовых шага к созданию статей «авторитетного уровня».
- Нахождение ключевиков с тематическими фразами.
- Создание шаблона вашей статьи.
- Поиск и написание.
- Приступим: начните с одной статьи для каждой категории.
- Извлекая тематические слова статей: программа Web Content Studio.
- Почему я использую Web Content Studio.
- Начинаем использовать программу Web Content Studio: ключевик «tea health benefits» («выгоды чая для здоровья»).
- Отчёт по моей теме: 3 часа исследований за 5 минут.
- Нет необходимости использовать их все: выбирайте те, которые имеют смысл.
- Как я использую отчёт для создания шаблона моей статьи.
- Простой первый шаг: напишите привлекающий внимание заголовок, основанный на главном ключевике.
- Простой второй шаг: напишите два вступительных параграфа, перефразирующих тематические слова.
- Простой третий шаг: теперь напишите подзаголовки по главной тематической фразе «Tea Health Benefits».
- Простой четвёртый шаг: найдите материалы и напишите 1-2 параграфа для каждого подзаголовка.
- Конечный результат: тематическая статья меньше, чем за 60 минут.
- Финальный шаг: отслеживайте вашу работу в программе Tree Pad.

Контент, по настоящему необходимый Гуглу – и за который он вас вознаградит!

Пожалуйста, примите мои советы, изложенные в этой главе, серьёзно в отношении того, что касается написания статей для вашего сайта.

Я хочу, чтобы вы впитали в себя искусство «тематического качества», так, если бы от этого зависела ваша жизнь.

Собственно говоря, для многих из вас ваша жизнь **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** зависит от способности создавать устойчивый доход в онлайн.

И хотя это может не приносить самых быстрых или самых больших доходов, а также может не быть самой лёгкой для освоения моделью онлайн бизнеса – вы все всё же захотели стать онлайн **ИЗДАТЕЛЯМИ**.

Быть издателем означает понимать то, как получить максимум от ваших статей в терминах двух ключевых целей:

а) **Для читателей:** создание легкочитаемых статей, несущих информацию.

б) **Для Гугла:** обеспечение самого лучшего оптимизированного контента, содержащего много тематических фраз.

Эти цели являются лёгкими в их достижении, но, чтобы научиться хорошо писать, требуется время. И если у вас нет времени, то вам лучше иметь возможность нанять хорошего копирайтера.

Я говорю это, так как давно прошли те дни, когда можно было писать никудышный контент и ожидать, что он получит качественные ссылки и хорошие позиции в выдаче.

Да, бывают исключения.

Всегда будут исключения, особенно для фраз в тех нишах, где нет конкуренции. Но даже такой тип страниц низкого качества в конечном итоге исчезнет из индекса Гугла.

Сравнение хорошо тематизированного 30-ти страничного сайта со средним 300-т страничным сайтом

Вы очень часто в этом учебном курсе встречали слово «тематизированный». И тому есть важная причина:

В настоящее время поисковая машина Гугла ранжирует страницы по сотням (или даже тысячам) разнообразным ключевым словам – а не просто по одной фразе.

Погоня за «единственным ключевиком» не является больше стоящей стратегией, если вам нужно как можно больше трафика для большого числа страниц высокого качества.

Да – фокусировка на одном ключевике является отличным способом потратить время, продвигая в выдаче страницу, занимающуюся продажами или продвигая мини-сайт.

Мне нужно, чтобы вы представили **1 страницу контента**, который не только будет занимать позиции по главному ключевику, но также будет приносить вам тысячи посетителей в месяц по **одноразовым, уникальным длиннословным поисковым запросам**.

Это и есть сила «тематизации», о которой я вскоре буду говорить. Это довольно простая стратегия, не только гарантирующая, что каждый отрывок публикуемого вами контента будет приносить доход от запросов, для которых вы никогда не проводили оптимизации – но также обеспечит вас шаблоном для создания статей, которому можно следовать шаг за шагом.

(Не забывайте мой пример страницы по автострахованию, приведённый в предыдущей главе).

ССИ – не новинка?

Также известная как «ССИ» (скрытая семантическая индексация), тематизация – это просто упрощённая версия ССИ, которая просто означает **наличие фраз в вашей статье, релевантных вашей нише**.

Для большинства из вас это старая информация, но я осмелюсь предположить, что вы не применяете этого в своих статьях, не так ли?

Примечание: я пришёл к заключению, что хорошо тематизированный контент, который обеспечивает пользователей ценным образовательным опытом, является именно тем, что сегодня поощряет Гугл и что он будет в предстоящие годы и дальше изменять свои алгоритмы так, чтобы поощрять издателей, публикующих такой контент.

В дополнение к тому, чтобы страницы вашего сайта имели хорошо тематизированный, богатый на ключевые слова контент, они должны быть написаны с одной конечной целью: **быть полезными людям**.

Другим словами:

- Создавайте контент, который что-то **привносит** в сетевое сообщество.
- Создавайте контент, который даёт 100% **подлинную** и основательную информацию.
- Создавайте контент, который **привлекает ваших читателей** и заставляет их вернуться снова.

- Создавайте контент, который охватывает **все аспекты вашей ниши**.

Если вы ищите обходные пути в этом бизнесе и ещё не достигли своих целей, задайте себе следующие вопросы:

- Зачем тратить всё своё время, когда это касается создания контента, пытаясь «победить систему»?
- Зачем платить плохим копирайтерам по 3-5 долл. за статью, которую вы хотите продемонстрировать как вашу «бизнес-модель»?

Примечание: ваши сайты служат не только для зарабатывания денег, **они – продолжение вас самих, продолжение вашего бизнеса и выражение того, насколько вы беспокоитесь о своей аудитории.**

Да, это требует работы и это уменьшит количество статей, которые вы сможете опубликовать – но всё же лучше как следует написать и опубликовать 1 отличную статью, которую будут находить по сотням (а возможно и тысячам) запросам по связанным ключевым словам – ***чем торопливо настрочить 10-20 плохих статей просто ради добавления контента.***

Позвольте вам напомнить, что эта книга была написана на основании успеха моего сайта о здоровье, имеющего 2200 страниц и на основании успеха других моих 100 сайтов, которым я придал авторитетность и трастовость. Так что поверьте мне в этом деле!

Вы сможете иметь гораздо больше дохода с 30-ти страничного сайта высокого качества, на котором все страницы супертематичны, чем с 300-т страничного, на котором совершенно нет связанных терминов!

Я это знаю – так как у меня есть сайты с плохим контентом.

Они приносят доход, но даже и близко не такой, как новые сайты, которые я тестировал на протяжении последних полутора лет, используя методы, изложенные в этой книге.

Доверяйте мне – делайте то же, что и я – и вы никогда не будете возвращаться к прошлому!

Моих 3 базовых шага к созданию статей «авторитетного уровня»

Следующие шаги являются довольно простыми в терминах следования методам написания статей и превращения этих статей в контент высокой тематизированности, - желаемый как вашими читателями, так и Гуглом.

(1) Нахождение ключевиков с тематическими фразами

Каждый раз, когда вы двигаетесь по списку ключевых слов (из плана ваших категорий, обсуждавшихся в предыдущей главе), вы будете создавать «мини-

список» тематических фраз для каждого отдельного главного статейного ключевика.

Именно эти фразы являются важной основой для получения позиций по десяткам и даже сотням длиннословным вариантам, на которые вы даже и не рассчитывали.

Для того, чтобы найти как можно больше тематических ключевиков, у вас есть два способа:

- **Вручную** – что может занять много часов для поиска фраз для всего лишь одной статьи, надеясь при этом, что вы нашли лучшие.
- **С помощью программ** – которые буквально создают все необходимые вам тематические фразы меньше чем за 5 минут, позволяя вам быстро перейти к написанию вашей высококачественной статьи.

(2) Создание шаблона вашей статьи

Я пишу уже много лет, и не зависимо от того, как много опыта дал мне этот мой издательский бизнес, до сегодняшнего дня я всё ещё предпочитаю потратить лишних 10 минут или около того для создания «статьевого шаблона», каждый раз, когда я сажусь писать. То же самое относится и моему штату копирайтеров.

Есть 2 метода создания шаблона для каждой статьи:

- Используя «тематический отчёт» моей специальной программы (я покажу вам это).
- Используя один из шаблонов «Мастер-класса», которые я создал для моих копирайтеров (я обеспечу вас несколькими такими шаблонами в следующей главе).

В любом случае, использование шаблона при создании контента экономит ваше время и энергию. Шаблоны, которые я вам дам в следующей главе, являются не просто шаблонами, а писательскими идеями, которые могут служить вам всё время (и помогать любому, кто использует аутсорсинг).

(3) Поиск и написание

И, наконец, делается реальный **поиск информации** для каждого раздела статейных шаблонов, и затем эта информация преобразуется в ваши собственные слова.

Я зачисляю оба этих действия в один третий шаг, потому что я делаю их одновременно. Я покажу вам, что я имею ввиду на предстоящем примере написании статьи.

Пока вам следует знать, что я советую искать информацию для статей либо заслуживающие доверия источниках в ОНЛАЙНЕ или, что ещё лучше – в ЖУРНАЛАХ И КНИГАХ в оффлайне (что я предпочитаю).

Приступим: начните с одной статьи для каждой категории

Теперь, когда у вас есть план ключевых слов вашего сайта, ключевики категорий и ключевики для статей каждой категории, следующим шагом перед построением вашего сайта будет написание одной статьи для каждой страницы категорий.

Напоминаю вам, что это простой процесс, как это описано в предыдущей главе:

- 1) Выберите главный ключевик для каждой из ваших категорий и напишите одну очень хорошую статью для этой категории.
- 2) Сделайте это для всех категорий.
- 3) Имея по одной статье для каждой категории, просто двигайтесь по списку ключевиков и пишите по одной статье на каждый ключевик для каждой категории.

Категории (18)	Ключевики статей для каждой категории (по 10 на каждый пример)	Тематические ключевики статей (дополнительные заметки и т.п.)
1) Tea Health Benefits	tea weight loss tea health tea health benefits green tea health best weight loss tea green tea health benefits green tea health properties green tea weight loss pills oolong weight loss tea herbal tea weight loss	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)
2) Black Tea	benefits of black tea green tea or black tea caffeine in black tea black tea bags organic black tea iced black tea decaf black tea decaffeinated black tea what is black tea	Тематические фразы статей будут составляться ПО ХОДУ ВАШЕЙ РАБОТЫ, перечисленные и использованные индивидуально для каждой написанной вами статьи, одна за другой. (Это будет обсуждаться в следующей главе, посвящённой созданию контента)

Некоторые важные замечания перед тем, как двигаться дальше:

- У моего плана-примера было 18 категорий. Хотя в следующей главе я дам **1** пример написания статьи, я бы потратил время на написание 18 статей

хорошего качества для этих категорий в случае построения реального сайта перед тем, как мой сайт мог бы считаться готовым для дополнительного контента.

- У вас может быть меньше категорий – это нормально. Например, если ваш первый сайт имеет только 5-10 категорий, вы можете создать для начала 5-10 главных статей, добавляя контент еженедельно (**опять же, чем больше контента, тем лучше перед тем, как вы начнёте продвигать сайт**).
- Для сайтов, могущих иметь более 20 категорий (некоторые даже могут иметь до 100), вам не надо добавлять все категории сразу. Вы просто можете обновлять свой сайт, добавляя **одну новую категорию каждую неделю или две**, а то и раз в месяц.

Извлекая тематические слова статей: программа Web Content Studio

Я предлагаю найти, по крайней мере, 5-10 тематических фраз и 20-40 тематических слов для каждой статьи. Эти фразы нужно извлечь из 10 статей, занимающих ведущие позиции в Гугле по конкретному ключевому и скомбинировать с некоторыми дополнительными фразами, которые могут быть найдены с помощью любой программы по подбору ключевых слов.

Пожалуйста, не надо недооценивать силу этой стратегии. Если вы узнали что-то полезное из этого учебного курса, чтобы использовать в своём издательском бизнесе, пусть даже какую-то одну вещь – **пожалуйста, пусть это будет способность внедрять тематические фразы в ваши статьи**.

Я не делаю ничего этого вручную. Я использую программу **Web Content Studio**.

Примечание: *Имеется способ делать это без использования программ, но для создания контента высокого качества я призываю вас обдумать возможность инвестирования в эту программу или, по крайней мере, в **какую-то подобную**. Такая программа нужна вам для того, чтобы для каждого ключевого извлекать тематические слова сайтов, занимающих верхние 10 позиций в поисковой выдаче.*

Большинство из вас знают меня много лет и так же знают, что **я редко советую использовать какую-то программу или сервис, если это не является абсолютно необходимым**.

Я думаю, так происходит потому, то я был в этой игре достаточно долго, чтобы видеть сотни бесполезных и короткоживущих программ, продаваемых онлайн предпринимателям, и новые такие программы, появляющиеся каждую неделю.

Однако когда в самом деле существует инструмент, помогающий моему бизнесу, такой как XsitePro, то в таком случае я обязан рекомендовать его – особенно, если это сервис или программа, которые я лично использую.

И честно говоря, мне жаль, что этих программ не было, когда я только начинал работать «белыми» методами, занимаясь написанием статей по 16 часов в день.

Невозможно сказать, насколько были бы лучше мои первые статьи, если бы я использовал эти программы.

Однако не надо немедленно бежать и покупать какую-то программу, пока вы действительно не поймёте, нужна она вам или нет. Вместо этого, позвольте мне просто показать вам в этой главе, как быстро и легко можно подбирать связанные тематические слова (*и как замечательно это помогает мне создавать мой собственный «статейный шаблон»*).

Почему я использую Web Content Studio

Эта программа делает гораздо больше, чем просто поиск «тематических фраз», для которого я использовал её. Но даже одна эта 5-ти минутная работа спасает меня и пишущих для меня от МНОГИХ ЧАСОВ ручного копания в сайтах, плюс эта программа делает эту работу **тщательно**.

Вот мои базовые (персональные) рекомендации по использованию этой программы:

А) Вам нужно найти тематические фразы для каждой статьи, которую вы пишете для вашего сайта, используя главный ключевик как источник и извлекая фразы из 5-10 сайтов, занимающих главные позиции в Гугле по этой фразе (воруя у конкурентов, так сказать).

Б) Не используйте точную фразу, если она слишком длинная. Например, если ключевик - «best chinese tea for weightloss» («лучший китайский чай для похудения»), то извлекайте тематические слова из ведущей десятки рейтинга по словосочетанию «chinese tea weightloss» («китайский чай похудание») или даже «chinese tea» («китайский чай»).

В) И, наконец, полученный список надо очистить и отобрать лучшие ключевики в нём для того, чтобы вы получили шаблон для статьи, готовый для написания контента или даже лучше – идеальный шаблон для тех, кто пишет для вас контент.

Побочное замечание:

Web Content Studio также может дополнительно делать следующее:

- Исследовать идеи для контента.
- Сообщать вам, какие тематические слова являются наилучшим выбором.
- Помогать вам в написании статей.
- Проводить двойную проверку ваших статей для лучшей тематичности.
- Преобразовывать ваши статьи в тот формат, который нужен вам.

Начинаем использовать программу Web Content Studio: ключевик «tea health benefits» («выгоды чая для здоровья»)

Для своего примера я собираюсь использовать ключевик «tea health benefits» («выгоды чая для здоровья»), чтобы показать, как надо начинать с одной главной фразы и преобразовывать этот ключевик в качественный, хорошо тематизированный контент, идеально подходящий для раздела категорий моего сайта.

Это так просто, что моя двенадцатилетняя дочка делает это для своих сайтов о породах кошек.

Вот с чего я начинаю в Web Content Studio:



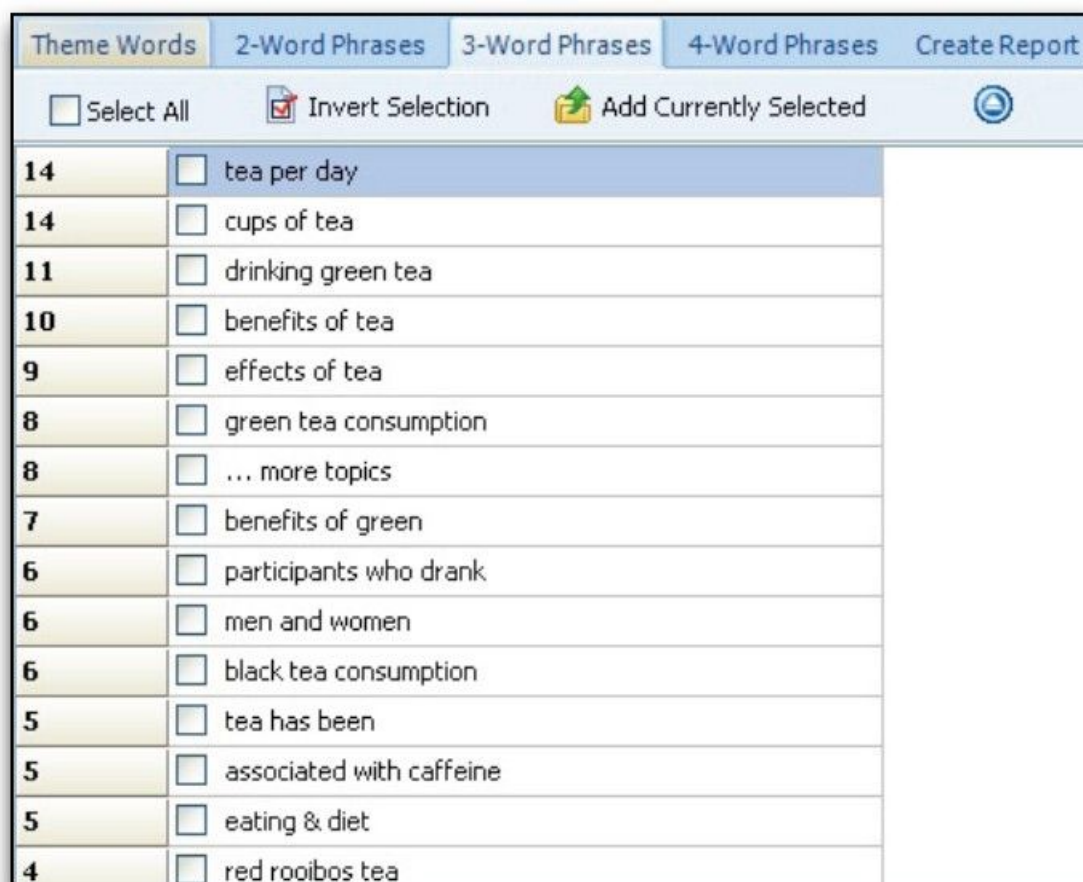
Внимательно посмотрите на приведённый выше скриншот:

А) Возле фразы, которую я вписал, можно увидеть надпись «Based on Top 10» («На основании верхней 10-ки»). Это означает, что программа автоматически просмотрит контент 10 сайтов, занимающих главные позиции в выдаче по вписанному мною ключевику.

Б) Три переключателя слева дают мне возможность получить 2-х словные фразы, 3-х словные фразы и даже 4-х словные фразы (**что невозможно сделать вручную**).

В) И прямо над «пауком» я могу выбрать число слов, из которых происходит сортировка для каждой страницы этих 10 исследуемых сайтов (по умолчанию стоит 1500).

Вписав главный ключевик своей статьи, я просто нажимаю на картинку с пауком и программа начинает работу, выбирая все возможные слова, связанные с темой (опять же, это может занимать 4-5 часов, если это делать вручную и при этом результат не будет точным).



Выше в окне программы вы можете видеть 5 вкладок:

- Одиночные тематические слова, найденные для моей статьи.
- 2-х словные фразы, найденные для моей статьи.
- 3-х словные фразы, найденные для моей статьи.
- 4-х словные фразы, найденные для моей статьи.
- Вкладка «Create Report» («Создать отчёт») – создаёт отчёт по всем найденным тематическим словам.

С этого момента я буду использовать эту программу, для того, чтобы принимать решения по выбору самых лучших фраз для моей будущей статьи. Я не буду подробно объяснять то, что показывает программа, поскольку на сайте программы (<http://webcontentstudio.com>) есть все необходимые вам учебные материалы.

Отчёт по моей теме: 3 часа исследований за 5 минут

Едва я успел написать вышеизложенную инструкцию, как программа Web Content Studio сделала свой отчёт:

Отчёт по тематическим ключевикам статьи «Tea Health Benefits»
4-х словные тематические фразы:
cups of tea per, benefits of green tea, effects associated with caffeine, health effects of tea, who drank more than, chances of cognitive impairment, lowers stress hormone levels, effects on inflammatory bowel, inflammatory bowel disease (ibd), effects on bad breath, effects on obstructive sleep, sleep apnea-related brain deficits, bacterial and fungal infections, weight loss and cholesterol, tea has been claimed, claims for green tea, green tea's health benefits, tea has more antioxidants, has more antioxidants than, antioxidants than black tea, more polyphenol antioxidants than, instant or bottled teas, health benefits of drinking, benefits of drinking green, risk of kidney stones, tea flavonoids may play, blood vessels to dilate, heart attack and stroke., green or white teas
3-х словные тематические фразы:
green tea consumption, black tea consumption, red rooibos tea, tea may lower, play a role, risk of heart, coronary artery disease, inflammatory bowel disease, green tea contains, growth of cancer, blood vessel function, black tea daily, drinking tea may, increases metabolic rate, possible anti-diabetes effect, boosts mental alertness, boosts immune system, lowers stress hormone, effects on hiv, effects on inflammatory, iron overload disorders, obstructive sleep apnea-related, effects on bacterial, bacterial and fungal, effects of fluoride, green tea extracts, endurance in exercise, more polyphenol antioxidants, high blood pressure, lowering blood sugar, risk of osteoporosis
2-х словные тематические фразы:
per day, white tea, studies have, blood pressure, weight loss, breast cancer, myocardial infarction, inflammatory bowel, gastric cancer, cholesterol levels, research suggests, flavonoids may, free radicals, cardiovascular disease., coronary artery, anti-cancer properties, cognitive impairment, bowel disease, brain deficits, fungal infections, more antioxidants, aging process, potential health, oral health, vessel function, anti-diabetes effect, mental alertness, boosts immune, lowers stress, hormone levels, overload disorders, anti-venom effects, antidepressant properties, potential drawbacks, contain polyphenols., healthy skin, studies conducted, fluid needs., caffeinated beverages, herbal teas
Однословные тематические фразы:
are, effects, research, benefits, consumption, disease, polyphenol, caffeine, catechin, antioxidant, healthy, polyphenols, cholesterol, nutrition, protect, reduce, flavonoid, antioxidants, webmd, immune, carcinogenesi

Нет необходимости использовать их все: выбирайте те, которые имеют смысл

Как вы можете видеть, у нас есть МАССА информации для использования. Конечно, я не смогу вставить все тематические ключевики, которые предоставил этот отчёт, в одну статью, поэтому я вручную отберу фразы, которые помогут мне структурировать хорошую статью.

Делайте это, помня об идее того, что является целью вашего контента.

Это тот момент, где надо использовать больше здравого смысла:

Моя задача для фразы «Tea Health Benefits» («выгоды чая для здоровья») – описать в статье перечень выгод, которые даёт чай для нашего организма:

Борется с заболеваниями, даёт больше энергии, помогает сбросить вес и т.д.

Не существует правильных или неправильных способов делать это. Просто выбирайте фразы, которые вы можете легко использовать в вашем контенте, не отклоняясь от темы.

Как я использую отчёт для создания шаблона моей статьи

Из моего тематического отчёта я выбрал фразы, которые вы можете видеть ниже, так как они сразу показали мне все разделы, которые может иметь моя статья. Если бы мне нужно было бы дать этот список моему копирайтеру, я мог бы просто сказать:

«Пожалуйста, напиши мне статью, объёмом в 750 слов, имеющую параграфы в виде нумерованного списка с каждой перечисленной ниже опцией (как пример)».

- 1) anti-depressant properties
- 2) lowers stress hormone levels
- 3) effects on inflammatory bowel disease (bid)
- 4) effects on bad breath
- 5) weight loss and cholesterol
- 6) green tea's health benefits
- 7) endurance in exercise
- 8) boosts immune system
- 9) anti-cancer properties
- 10) lowering blood sugar

И список одиночных тематических слов, которые можно выбрать из отчёта, мог бы быть таким:

- 1) research
- 2) benefits
- 3) consumption
- 4) immune
- 5) webmd

- 6) antioxidants
- 7) nutrition
- 8) reduce
- 9) effects

У вас прояснилось в голове?

Если нет, позвольте мне кратко резюмировать то, как много экспертной работы мы проделали, нажав на некоторые кнопки в программе и применив немного ручного труда:

- Мы нашли и извлекли все связанные термины, **по которым ранжируются лидирующие авторитетные сайты и которые они используют в своём контенте.**
- Мы выбрали некоторые хорошие термины, которые не только имеют выгоды для SEO и ранжирования нашего собственного контента, но также у нас теперь есть **идея, о чём писать в статье.**
- Теперь всё, что нам нужно сделать – **организовать наши фразы в пошаговый шаблон для статьи**, который может быть использован нами или передан копирайтеру для написания статьи.
- Честно говоря, шаблон для этой статьи уже фактически готов. Ниже приведена структура, которая может быть скопирована и использована для любой ниши, если просто изменить данные, базирующиеся на тематических словах:

Простой первый шаг: напишите привлекающий внимание заголовок, основанный на главном ключевике

Это очень просто – принимая во внимание мою главную фразу и смотря на дополнительные 10 тематических фраз, выбранных мной, я написал следующий заголовок:

“Tea Health Benefits: Lose Weight, Fight Cancer & Have More Energy!”

(«Выгоды чая для здоровья: теряйте вес, боритесь с раком и получайте больше энергии!»)

Простой второй шаг: напишите два вступительных параграфа, перефразирующих тематические слова

Первые два вступительных параграфа могут содержать короткий перечень 5-10 моих главных фраз, как «вступление» для дальнейшего описания каждой из них.

Например:

"If you enjoy a hot cup of tea now and then, you'll be amazed at the tea health benefits that go along with it. Green tea, black tea, Oolong tea or any other variety, there is no shortage of research that has been documented that provides factual positive effects associated with tea and caffeine."

"Drinking tea helps with weight loss and lowering cholesterol levels, boosts immune system response, contains anti-cancer properties, helps in lowering blood sugar, induces positive effects on bad breath, lowers stress hormone levels, and athletes have reported higher endurance in exercise programs."

(перевод)

«Если вы иногда любите насладиться чашкой горячего чая, то вы будете поражены тем, какие выгоды для здоровья вы получаете от него. Будь то зелёный чай, чёрный чай, бирюзовый чай или любой другой вид чая, всё больше исследований подтверждают действительный позитивный эффект, связанный с чаем и кофеином.»

«Чай, который мы пьём, помогает терять вес и снижать уровень холестерина, улучшает работу иммунной системы, имеет антираковые свойства, способствует снижению уровня сахара в крови, делает свежим дыхание, понижает уровень стрессовых гормонов и придаёт больше сил атлетам во время их тренировок.»

Простой третий шаг: теперь напишите подзаголовки по главной тематической фразе «Tea Health Benefits»

Так как я люблю писать простые статьи, то я предпочитаю излагать всё в **манере подзаголовков**.

Например, используя тематическую фразу из моего списка **«boosts immune system»** («улучшает работу иммунной системы»), я мог бы написать что-то вроде:

"Boost Your Immune System With Green Tea (Mega Antioxidants)"

(«Улучшите работу вашей иммунной системы с помощью зелёного чая (мега антиоксиданта)»)

Дальше я буду двигаться по списку выбранных тематических фраз и писать для каждой хороший подзаголовок.

Вот ещё один подзаголовок для **«anti-cancer properties»** («антираковые свойства»).

"Fight Cancer With A Delicious Cup Of Green Tea (Anti-Cancer Properties)"

(Боритесь с раком с помощью чашки восхитительного зелёного чая (анти-раковые свойства))

Завершив написание подзаголовков по главной тематической фразе «Tea Health

Benefits», у меня будет полномасштабный шаблон для статьи, который легко может быть наполнен контентом.

Простой четвёртый шаг: найдите материалы и напишите 1-2 параграфа для каждого подзаголовка

На этой стадии я просто напишу один или два параграфа, описывающих то, о чём идёт речь в подзаголовках.

Я делаю это, смотря по тематической фразе в Гугле (или по чему-то близкому к этой тематической фразе) и находя **ЗАСЛУЖИВАЮЩИЕ ДОВЕРИЕ** страницы с нужной информацией.

Примечание: я резко против использования для вашего сайта информации, взятой из каких-то «разбавленных водой» статей. Статейные директории являются в этом отношении самым худшим источником. Вместо этого вы можете легко найти авторитетные сайты, имеющие высокие позиции, которым можно доверять в плане имеющейся на них информации.

Возвращаясь к тематической фразе «**boosts immune system**», я сделаю быстрый поиск в Гугле для того, чтобы найти какую-то информацию, которую можно пересказать своими собственными словами.

Я нашёл отличную статью в **CBS News**, которую я изучил и по которой сделал некоторые пометки, касающиеся её подзаголовка:

WASHINGTON, April 21, 2003

Study: Tea Boosts Immune System

Five Cups A Day May Keep Doctors Away

By Lauren Johnston

Font size Print E-mail Share

Like this Story? Share it:

Share f Submit 0 Tweet



(AP)

(AP) Drinking tea may help keep the doctor away.

A new study finds that tea boosts the body's defenses against infection and contains a substance that might be turned into a drug to protect against disease, researchers say. Coffee does not have the same effect, they say.

A component in tea was found in laboratory experiments to prime the immune system to attack invading bacteria, viruses and fungi, according to a study in the Proceedings of the National Academy of Sciences released Monday.

A second experiment, using human volunteers, showed that immune system blood cells from tea drinkers responded five times faster to germs than did the blood cells of coffee drinkers.

"We worked out the molecular aspects of this tea component in the test tube and then tested it on a small number of people to see if it actually worked in human beings," said Dr. Jack F. Bukowski, a researcher at Brigham and Women's Hospital in Boston and Harvard Medical School. The results, he said, gave clear proof that five cups of tea a day sharpened the body's disease defenses.

Penny Kris-Etherton, a nutrition specialist at Penn State University, a nutrition expert, said Bukowski's study adds to a growing body of

Также дополнительно я нашёл ещё несколько статей из других достоверных источников.

После того, как я изучил некоторые пометки, я написал следующих два параграфа, разместив их под соответствующим подзаголовком:

Boost Your Immune System With Green Tea (Mega Antioxidants)

The antioxidants found in tea are the secret behind this boost in the body's immune system, thus keeping you and I thriving in energy. The human body is constantly producing what are called "oxidants" (also known as free radicals). In order to stabilize, these oxidants literally steal electrons from various other molecules, leaving behind damaged cell proteins. The antioxidants found in tea help the body to find and isolate these oxidants.

So why get a flu shot when all you have to do is drink several glasses of green or black tea each day? In fact, in an article published by webmd, tea has been shown to boost the immune system within hours of consumption. By drinking tea and following a solid nutrition diet, your immune system will be ready to fight off the early signs of cold and flu symptoms, especially during those those cold winter months.

(перевод)

Улучшите работу вашей иммунной системы с помощью зелёного чая (мега антиоксиданта)

Антиоксиданты, обнаруженные в чае, являются секретом, стоящим за улучшением работы иммунной системы нашего организма, поддерживая в вас и во мне полноту энергии. Тело человека постоянно производит то, что называется «оксидантами» (также известными как свободные радикалы). Для собственной стабильности эти оксиданты буквально крадут электроны у различных других молекул, оставляя позади себя повреждённые клеточные белки. Антиоксиданты, обнаруженные в чае, помогают нашему телу найти и изолировать эти оксиданты.

Так зачем делать прививку от гриппа, если всё, что вам нужно, так это выпивать несколько стаканов зелёного или чёрного чая ежедневно? И действительно, в статье, опубликованной на сайте webmd.com, указывается, что чай улучшает работу иммунной системы уже через несколько часов после его употребления. Если пить чай и правильно питаться, ваша иммунная система будет готова отразить ранние признаки простуды и гриппозные симптомы, особенно на протяжении холодных зимних месяцев.

И вот ещё один пример для тематической фразы «**anti-cancer properties**» для которой я тоже нашёл несколько достоверных источников информации, сделал о них заметки и отретайтил их моими собственными словами:

Fight Cancer With A Delicious Cup Of Green Tea (Anti-Cancer Properties)

"Everyone knows that tea contains antioxidants and polyphenols, but what you might have missed is that these items also have research to show possible anti-cancer properties, which of course - tea is loaded with them."

Case in point: If you read the National Cancer Institute's website on cancer prevention using tea, they discuss the studies with lab animals being tested with specific antioxidants known as "catechins" and showing that they scavenged oxidants before cell damage set in. There are catechins found in tea (especially green tea) which studies have shown inhibits the growth of cancer cells.

Although there is no solid evidence to make the claim that tea is a cure for cancer, a little common sense and some reading on the health benefits of tea should help you come to your own conclusions.

(перевод)

Боритесь с раком с помощью чашки восхитительного зелёного чая (анти-раковые свойства)

Все знают, что чай содержит антиоксиданты и полифенолы, но вы могли упустить из виду, что исследования показали возможные антираковые свойства этих веществ, которыми полон чай.

По теме: вы могли читать на сайте Национального института рака информацию по профилактике рака с помощью чая, где обсуждаются исследования, проводимые на лабораторных животных, на которых тестировались специфические антиоксиданты, называемые «катехинами». Было показано, что они предотвращают повреждение клеток оксидантами. Катехины, которые по результатам исследований сдерживают рост раковых клеток, были обнаружены в чае (особенно в зелёном).

Хотя не существует надёжного доказательства, позволяющего заявить, что чай является средством от рака, немного здравого смысла и информации о выгодах чая для здоровья могут помочь вам сделать собственные выводы.

Я буду продолжать писать до тех пор, пока не:

А) опишу все выгоды чая для здоровья или

Б) достигну предела в 700 слов.

В) В идеале, статья должна продолжаться до тех пор, пока не будут охвачены все выбранные 10 тематических фраз. Если при этом она будет иметь 1500 слов, пусть будет так. Чем больше контента, тем больше шансов, что статья будет находиться по длинным вариациям ключевых слов, и будет приносить мне доход!

Конечный результат: тематическая статья меньше, чем за 60 минут

Потратив меньше, чем 60 минут (45 на самом деле), выбрав вручную нужные фразы из списка тематических фраз и проведя немного поиска по каждому подзаголовку, я подготовил статью высокого качества, наполненную SEO тематическими фразами из 10 авторитетных сайтов, занимающих верхние позиции в Гугле, объёмом **почти в 1000 слов**.

Tea Health Benefits: Lose Weight, Fight Cancer & Have More Energy!

If you enjoy a hot cup of tea now and then, you'll be amazed at the tea health benefits that go along with the great taste. Green tea, black tea, Oolong tea or any other variety, there is no shortage of research that has been documented that provides positive effects associated with tea and caffeine.

Drinking tea helps with weight loss and lowering cholesterol levels, boosts immune system response, contains anti-cancer properties, helps in lowering blood sugar, induces positive effects on bad breath, lowers stress hormone levels, and even athletes have reported higher endurance in exercise programs.

Enjoy tea for the following 5 health benefits and you'll feel better, live longer and have more energy:

1) Boost Your Immune System With Green Tea (Mega Antioxidants)

The antioxidants found in tea are the secret behind this boost in the body's immune system, thus keeping you and I thriving in energy. The human body is constantly producing what are called "oxidants" (also known as free radicals). In order to stabilize, these oxidants literally steal electrons from various other molecules, leaving behind damaged cell proteins. The antioxidants found in tea help the body to find and isolate these oxidants.

So why get a flu shot when all you have to do is drink several glasses of green or black tea each day? In fact, in an article published by webmd, tea has been shown to boost the immune system within hours of consumption. By drinking tea and following a solid nutrition diet, your immune system will be ready to fight off the early signs of cold and flu symptoms, especially during those cold winter months.

2) Fight Cancer With A Delicious Cup Of Green Tea (Anti-Cancer Properties)

Everyone knows that tea contains antioxidants and polyphenols, but what you might have missed is that these items also have research to show possible anti-cancer properties, which of course - tea is loaded with them.

Case in point: If you read the National Cancer Institute's website on cancer prevention using tea, they discuss the studies with lab animals being tested with specific antioxidants known as "catechins" and showing that they scavenged oxidants before cell damage set in. There are catechins found in tea (especially green tea) which studies have shown inhibits the growth of cancer cells.

Although there is no solid evidence to make the claim that tea is a cure for cancer, a little common sense and some reading on the health benefits of tea should help you come to your own conclusions.

3) Drinking Tea Lowers Cholesterol Naturally (No Drugs Needed To Reduce Cholesterol)

For centuries tea has been used to treat hundreds of ailments found throughout the human body. However, only recently have scientists chose to explore the natural cholesterol-lowering properties of tea. It's not surprise, however, as the Harvard Women's Health Watch reported what makes tea such a powerful liquid.

They concluded that the substances that can lower your cholesterol naturally can be found in oranges, grapes, blueberries and hibiscus flowers - to name a few. These substances are called "flavonoids" and guess what? Tea is absolutely loaded with flavonoids. And flavonoids are another form of powerful antioxidants found in plants, the very same plants that we use to make tea.

4) Tea Helps Melt Fat & Keep The Pounds Off (Green Tea For Weight Loss)

Battling the bulge is an epidemic in many countries today. From foods overloaded with preservatives, trans fats and fast food eaten more and more, there is no wonder why we have a weight problem as a society. The first step my nutritionist set my Grandfather on to help reduce his weight and clear out the free radicals in his body was to drink at least 2-3 cups of green tea each day (in addition to a walking program and nutritionally-dense foods).

Not convinced? There are numerous studies published through well-known publications that showed real-life testing of tea for weight loss. One particular study took 38 men, divided them into 2 groups each with the same food plan and diet. One group was given a daily bottle of tea that contained between 600 and 699 mg of catechin antioxidants. 3 months later, the green tea extract group had significant drops in total fat body mass, reduced waist line, drop in total body weight, and decreased subcutaneous fat.

5) Exercise Longer & Harder With A Daily Cup Of Tea (Endurance In Exercise)

It's no secret that exercising on a regular basis fights fat, provides more energy, and just plain feels good (not to mention makes you look better). Add green tea to this combination and you'll be going stronger, faster and add years to your life-span. So how does tea help build endurance in exercise?

The answer appears to be a combination of caffeine and the catechin polyphenols in tea. These catechin polyphenols have been proven to stimulate the use of fatty acids by the liver, as well as the muscle cells. Subsequently, this action by the body decreases the rate at which carbohydrates are burned up thus providing more endurance and the ability to exercise longer.

Add it up - more endurance means that you exercise longer and with more intensity, and the longer you exercise with higher levels of intensity, the more calories you burn, and the more calories you burn the leaner and better looking you become!

Try Green Tea Today: **FREE**

Looking to supplement your diet with green tea? We have arranged a special offer where you can get a 1-month's free supply of green tea extract. [Click here to get your sample.](#)

(перевод)

Выгоды чая для здоровья: теряйте вес, боритесь с раком и получайте больше энергии!

Если вы иногда любите насладиться чашкой горячего чая, то вы будете

поражены тем, какие выгоды для здоровья вы получаете от него. Будь то зелёный чай, чёрный чай, бирюзовый чай или любой другой вид чая, всё больше исследований подтверждают действительный позитивный эффект, связанный с чаем и кофеином.

Чай, который мы пьём, помогает терять вес и снижать уровень холестерина, улучшает работу иммунной системы, имеет антираковые свойства, способствует снижению уровня сахара в крови, делает свежим дыхание, понижает уровень стрессовых гормонов и придаёт больше сил атлетам во время их тренировок.

Наслаждайтесь чаем, дающим вам 5 следующих выгод для вашего здоровья, и вы будете чувствовать себя лучше, жить дольше и иметь больше энергии:

1) Улучшите работу вашей иммунной системы с помощью зелёного чая (мега антиоксиданта)

Антиоксиданты, обнаруженные в чае, являются секретом, стоящим за улучшением работы иммунной системы нашего организма, поддерживая в вас и во мне полноту энергии. Тело человека постоянно производит то, что называется «оксидантами» (также известными как свободные радикалы). Для собственной стабильности эти оксиданты буквально крадут электроны у различных других молекул, оставляя позади себя повреждённые клеточные белки. Антиоксиданты, обнаруженные в чае, помогают нашему телу найти и изолировать эти оксиданты.

Так зачем делать прививку от гриппа, если всё, что вам нужно, так это выпивать несколько стаканов зелёного или чёрного чая ежедневно? И действительно, в статье, опубликованной на сайте webmd.com, указывается, что чай улучшает работу иммунной системы уже через несколько часов после его употребления. Если пить чай и правильно питаться, ваша иммунная система будет готова отразить ранние признаки простуды и гриппозные симптомы, особенно на протяжении холодных зимних месяцев.

2) Боритесь с раком с помощью чашки восхитительного зелёного чая (анти-раковые свойства)

Все знают, что чай содержит антиоксиданты и полифенолы, но вы могли упустить из виду, что исследования показали возможные антираковые свойства этих веществ, которыми полон чай.

По теме: вы могли читать на сайте Национального института рака информацию по профилактике рака с помощью чая, где обсуждаются исследования, проводимые на лабораторных животных, на которых тестировались специфические антиоксиданты, называемые «катехинами». Было показано, что они предотвращают повреждение клеток оксидантами. Катехины, которые по результатам исследований сдерживают рост раковых клеток, были обнаружены в чае (особенно в зелёном).

Хотя не существует надёжного доказательства, позволяющего заявить, что чай является средством от рака, немного здравого смысла и информации о выгодах чая для здоровья могут помочь вам сделать собственные выводы.

3) Употребление чая естественным образом понижает уровень

холестерина (не нужно будет принимать никаких лекарств для борьбы с холестерином)

Чай использовался на протяжении столетий для лечения заболеваний человеческого организма. Однако, учёные только недавно начали исследовать природные свойства чая, способствующие снижению уровня холестерина. И не удивительно, что журнал «Harvard Women's Health Watch» пишет о таких мощных свойствах чая.

В журнале говорится, что вещества, снижающие ваш уровень холестерина естественным образом, можно найти в апельсинах, винограде, голубике и цветах гибискуса – если назвать только некоторые источники таких веществ. Эти вещества называются «флавоноиды» и, как вы можете догадаться, чай прямо таки насыщен флавоноидами. А флавоноиды являются ещё одной формой мощных антиоксидантов, найденных в растениях, тех самых растениях, которые мы используем для приготовления чая.

4) Чай способствует сжиганию жира и избавлению от лишних килограммов (зелёный чай для похудения)

В наше время во многих странах ожирение стало эпидемией. Не приходится удивляться, почему в нашем обществе проблема лишнего веса приобрела такой размах, ввиду употребления всё большего количества фастфуда и еды, перегруженной консервантами и модифицированными жирами. В качестве первого шага для уменьшения веса и очищения организма от свободных радикалов специалист по питанию посоветовал моему дедушке выпивать каждый день по крайней мере 2-3 чашки зелёного чая (в дополнение к прогулкам и сбалансированному питанию).

Это вас не убедило? В известных изданиях публиковались результаты реальных исследований по использованию чая для похудения. В одном из таких исследований принимало участие 38 мужчин, разделённых на 2 группы, получающие одинаковое питание. В одной группе испытуемые получали ежедневно по бутылке чая, содержащей от 600 до 699 миллиграмм антиоксиданта катехина. Через 3 месяца участники группы, получавшей зелёный чай, показали существенное уменьшение общей массы жира в теле, у них уменьшилась талия, общий вес и количество подкожного жира.

5) Тренируйтесь дольше и напряжённее с ежедневной чашкой чая (выносливость в тренировках)

Не секрет, что регулярные занятия физическими упражнениями убирают лишний жир, прибавляют энергии и просто позволяют чувствовать себя лучше (не говоря уже об улучшении вашего внешнего вида). Скомбинируйте ваши тренировки с употреблением зелёного чая, и вы станете сильнее, резвее и продлите свою жизнь. Каким же образом чай помогает улучшить выносливость в упражнениях?

Как кажется, это происходит из-за комбинации кофеина и полифенолов катехина, имеющих в чае. Доказано, что полифенолы катехина стимулируют использование жирных кислот печенью и клетками мускулов. Соответственно, эта реакция организма уменьшает скорость сжигания углеводов, тем самым увеличивая нашу выносливость и способность тренироваться дольше.

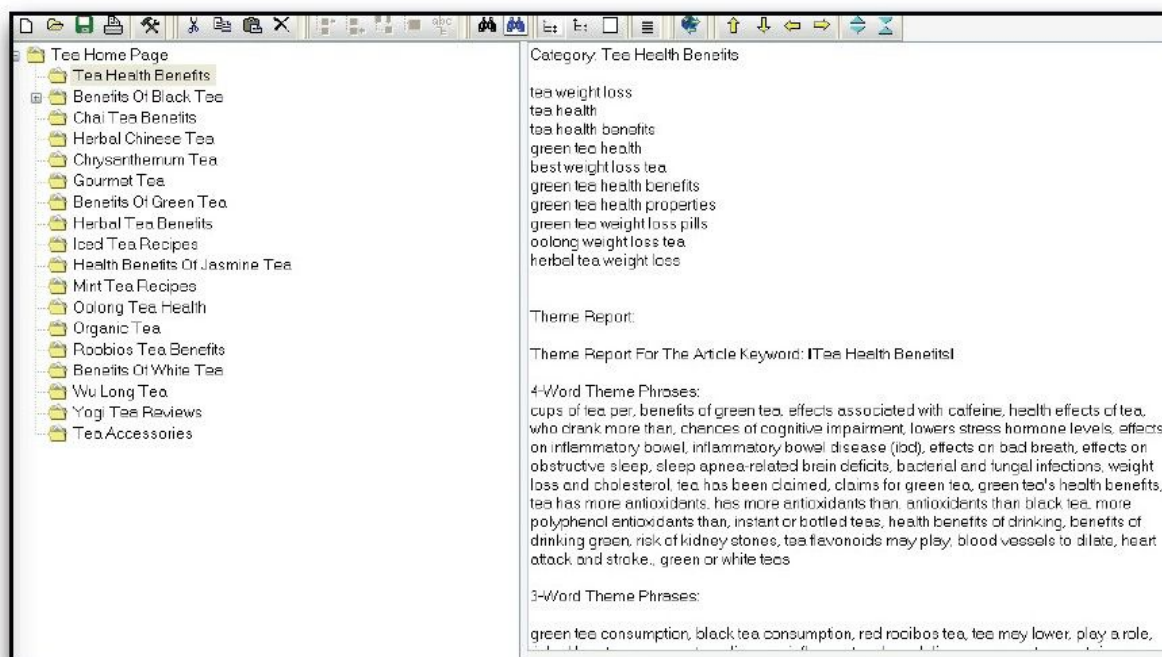
Суммируйте это – лучшая выносливость означает, что вы можете дольше и с большей интенсивностью упражняться, а чем дольше и с большей интенсивностью вы упражняетесь, тем больше калорий вы сжигаете, и тем лучше вы будете выглядеть и тем стройнее вы станете!

Попробуйте зелёный чай прямо сегодня: БЕСПЛАТНО

Хотите подкрепить вашу диету зелёным чаем? Мы подготовили специальное предложение, по которому вы сможете бесплатно получить экстракт зелёного чая для употребления в течении месяца. Нажмите здесь для получения вашего образца.

Финальный шаг: отслеживайте вашу работу в программе Tree Pad

Помните, как мне нравилось использование этой программы? Что ж, вся наша информация должна быть перенесена по разделам каждого ключевику в программу Tree Pad. Сделав это, вы сможете посмотреть, какие ключевики вы уже использовали, видеть в любое время отчёт по ключевикам и те документы, которые использовались для написания статьи:



Глава 4:

Создание контента (часть 2)

Статейные шаблоны, которые используют мои копирайтеры

- Самые лёгкие для написания статьи: разновидности списочного формата.
- Мастер-класс по написанию шаблона (1): классический метод «как...».
- Мастер-класс по написанию шаблона (2): руководство «шаг за шагом».
- Мастер-класс по написанию шаблона (3): подход «за и против».
- Мастер-класс по написанию шаблона (4): перечисление «причин почему».
- Мастер-класс по написанию шаблона (5): статья в стиле «обзор продукта».
- Мастер-класс по написанию шаблона (6): статья в стиле «факты против мифов».
- Мастер-класс по написанию шаблона (7): подход «часто задаваемые вопросы» или «вопрос-ответ».
- Больше шаблонов для статей по вашим запросам.

Самые лёгкие для написания статьи: разновидности списочного формата

С ростом моего издательского бизнеса до новых высот и моим вовлечением в другие оффлайновые бизнес-предприятия, не говоря уже о поддержке моего старого учебного курса по Адсенсу, я пришёл к необходимости передать больше работы по написанию контента моему персональному штату копирайтеров.

Хотя мой подход к поиску хороших копирайтеров является совершенно другой темой, не касающейся этого учебного курса (я никогда не нанимал копирайтеров онлайн, только на месте, проводя с ними интервью, и затем встречаясь с ними еженедельно для того, чтобы забрать у них свои материалы), одним из ключевых ингредиентов, который может помочь вам в получении качественного контента от нанятых вами копирайтеров, является обеспечение их **простыми шаблонами**.

Я лично пользовался всеми шаблонами, приведёнными ниже, на протяжении последних 2 лет для того, чтобы помочь моим копирайтерам создавать хорошо тематизированный контент, улучшить их продуктивность и уменьшить стресс моих сотрудников при принятии решений по поводу того, **что писать, как писать и как быстро писать**.

Совет: по мере ознакомления с каждым шаблоном, приведённым ниже, не упустите УНИКАЛЬНУЮ информацию, которую они дают. Для каждого из них даётся мастер-класс по контенту. Эти рецепты по написанию контента не только помогут вам и вашим копирайтерам наилучшим образом структурировать будущие статьи, но также могут дать вам **ИДЕИ** по контенту для любой ниши, с которой вы работаете.

Ключевым ингредиентом во всех статьях, которые мне нравилось писать (и которые я давал писать моим копирайтерам) было то, что все они имели одинаковый стиль:

Простую планировку в виде списка

Это всё, что вам нужно, и последующие шаблоны дадут вам различные варианты, которое вы сможете использовать для того, чтобы создать контент в простом формате в виде списка, который отлично впишется в ваш нишевый сайт.

Мастер-класс по написанию шаблона (1): классический метод «как...»

Все любят статьи в стиле «как...». Такие статьи очень востребованы в интернете. На самом деле, существуют большие авторитетные сайты с тысячами статей, которые начинаются со слова «как...»

Люди всегда спешат и поэтому хотят информацию уже ВЧЕРА. Это означает, что статьи в стиле «как...» должны писаться в простой манере, без украшательств, с зазывным заголовком для привлечения читателей.

Совет по написанию заголовка: всегда создавайте заманчивый заголовок, который мгновенно обещает какую-то пользу читателям. Некоторые написанные мною заголовки были такими:

- Как сбросить вес на 10 фунтов за 30 дней
- Как сэкономить 50 долл. при следующем посещении спа-салона
- Как выбрать идеального котёнка для вашего ребёнка

Заголовок должен сразу же привлекать к себе внимание
В статье должно быть 3-10 советов, поддерживающих тему «как..»
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000

1-й параграф: напишите несколько предложений в поддержку выгоды, изложенной в заголовке и рассказывающих о том, как вы собираетесь решить проблемы читателей. Следует включить несколько вспомогательных предложений, которые, как и заголовок, ещё больше привлекают внимание читателей, наподобие этого - «ВНИМАНИЕ: проделав то, что предлагается в этой статье, приготовьтесь почувствовать себя лучше, выглядеть моложе и немедленно привлечь к себе идеального партнёра».

Совет параграфа (1): это должен быть первый совет, который вы даёте читателю по вопросу «как» решить его проблему.

Выгода от совета (1): опишите в нескольких предложениях выгоду от совета, изложенного выше. Другим словами, вы перечисляете реальное «делайте это» выше, а теперь хотите, чтобы читатель узнал, как этот совет ему поможет.

Совет параграфа (2): напишите ещё один совет, как описано выше.

Выгода от совета (2): снова опишите выгоды от вышеизложенного совета в нескольких предложениях, как описано выше.

Совет параграфа (3): повторите аналогично.

Выгода от совета (3): повторите аналогично.

Совет параграфа (4): повторите аналогично.

Выгода от совета (4): повторите аналогично.

Совет параграфа (5): повторите аналогично.

Выгода от совета (5): повторите аналогично.

Заключительный параграф: обобщите вышеизложенное в паре предложений, вызывающих уверенность у читателей в том, что, следуя советам этой статьи, они получают ту самую «выгоду», о которой говорится в заглавии.

Оptionальный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (2): руководство «шаг за шагом»

Другая моя любимая планировка, которая повторяется на сотнях моих статей, имеет вид простого формата «шаг за шагом». Идея состоит в том, чтобы создавать статью вокруг заголовка, который учит чему-то читателя, советует, как сделать что-то, решает какую-то проблему, избавляет от чего-то и т.д.

Совет по написанию заголовка: всегда включайте в заголовок слово «шаг» и точно сообщите читателям, что они будут изучать.

- 10 шагов по покупке идеального гриля
- 3 быстрых и простых шага для достижения счастья
- Заработайте дополнительных 60 000 долл. в этом году: пошаговая инструкция

Здесь заголовок по вышеприведённым примерам
Количество шагов в статье должно быть таким, чтобы их хватило минимум на 500 слов
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000

1-й параграф: первый параграф в схеме шаблона «шаг за шагом» должен сообщать читателям, какую ТОЧНО проблему они испытывают, чувствуют и т.д., а также как их проблема будет решена. Вам нужно сразу проникнуть в головы читателей. Например, если заголовок статьи – 10-ти шаговая инструкция по покупке гриля из приведённого выше примера, то можно написать что-то наподобие: «Перед тем, как выбрасывать 200-500 долл. на ещё один гриль только для того, чтобы заменить прошлогодний гриль для барбекю, эта простая инструкция, в которой 10 шагов, поможет вам выбрать такую модель, которая прослужит вам много лет...» **(далее я бы добавил ещё несколько подобных предложений).**

Шаг 1 (только подзаголовок) – пример: *«Шаг 1: Запишите, сколько раз вы будете пользоваться грилем этим летом.»*

Параграф шага 1: после написания подзаголовка 1-го параграфа, опишите в деталях этот шаг с помощью нескольких предложений, а также то, почему этот шаг является важным, например: *«Зная потребности вашей семьи в использовании гриля, мы можем помочь вам в определении его марки и размера, удовлетворяющих вашу семью на ближайшие 5 лет...»*

Шаг 2 (только подзаголовок): повторите аналогично.

Параграф шага 2: повторите аналогично.

Шаг 3 (только подзаголовок): повторите аналогично.

Параграф шага 3: повторите аналогично.

Шаг 4 (только подзаголовок): повторите аналогично.

Параграф шага 4: повторите аналогично.

Продолжайте добавлять достаточно подзаголовков для шагов и параграфов, пока не охватите всю тему

Заключительный параграф: обобщите вышеизложенное в паре предложений, вызывающих уверенность у читателей в том, что, следуя советам этой статьи, они получают ту самую «выгоду», о которой говорится в заглавии.

Опциональный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (3): подход «за и против»

Перечисление всех «за» и «против» является хорошим приёмом при написании статей о товарах и сервисах. Практически в каждой нише имеются какие-то инструкции, обзоры, советы по выбору тех или иных товаров, даваемые экспертами. На их основании вы сможете очень быстро написать тематическую статью, в которой описываются все «за» и «против» конкретного товара или сервиса.

Совет по написанию заголовка: для подхода к написанию статей в стиле «за и против» заголовки могут быть самыми разнообразными. Такой заголовок должен вести читателя к перечислению положительных и отрицательных сторон того, что читатель может выбрать в описанной теме. Вот несколько примеров:

- Самые лучшие ноутбуки 2011 года: ВАМ решать!
- Вы тот самый ужасный парень, проверяющий записи в мобилке своей подруги?
- Признание телевизионного специалиста: чему меня научила покупка нового Sony LC 2000

**Здесь заголовок по вышеприведённым примерам
Все «за» и «против» должны иметь подзаголовки
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000**

1-й параграф: как и во всех уже данных примерах шаблонов, цель 1-го параграфа – позволить читателям понять, какую выгоду они получают от последующих «за» и «против», изложенных в статье.

Подзаголовок (1): Напишите однострочный подзаголовок, включающий в себя метод, шаг или особенность чего-то, с чем читатель будет иметь дело. Например, следуя вышеприведённому примеру «Самые лучшие ноутбуки...», можно придумать несколько вариантов наподобие: «Новый Apple Macbook Pro – лёгкий, но дорогой.»

«За» для подзаголовка (1): Перечислите несколько положительных сторон покупки ноутбука Apple Macbook Pro.

«Против» для подзаголовка (1): Перечислите несколько отрицательных сторон покупки ноутбука Apple Macbook Pro.

Подзаголовок (2): повторите для другого продукта, особенности, выбора или решения (на основании темы вашей ниши).

«За» для подзаголовка (2): повторите аналогично.

«Против» для подзаголовка (2): повторите аналогично.

Подзаголовок (3): повторите для другого продукта, особенности, выбора или решения (на основании темы вашей ниши).

«За» для подзаголовка (3): повторите аналогично.

«Против» для подзаголовка (3): повторите аналогично.

Продолжайте добавлять достаточно подзаголовков и разделов «за» и «против», пока не охватите всю тему (темы)

Заключительный параграф: обобщите вышеизложенное в паре предложений, вызывающих уверенность у читателей в том, что, следуя советам этой статьи, они получают ту самую «выгоду», о которой говорится в заглавии.

Опциональный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (4): перечисление «причин почему»

Во многих случаях самым полезным контентом для некоторых ваших читателей будет такой, который даёт понимание всех причин «почему» им следует купить что-то, использовать что-то, заказать что-то и т.д.

Вы уже можете увидеть общую черту у всех шаблонов, использованных мною. Каждый из них сделан так, чтобы показывать читателям выгоды и преимущества конкретного предмета обсуждения.

Совет по написанию заголовка: в заголовке обязательно должны быть слова «причина» и «почему». И, как обычно, делайте заголовок зазывающим. Вот некоторые примеры:

- 3 причины, почему употребление зелёного чая может помочь вам сбросить вес
- 10 причин, почему нужно покупать щенка у заслуживающего доверия производителя
- 5 причин, почему каждая женщина должна принимать таблетки «Acai Berry»

**Здесь заголовок по вышеприведённым примерам
Все «за» и «против» должны иметь подзаголовки
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000**

1-й параграф: точно и кратко поясните в двух коротких параграфах (или в 1 одном параграфе средней величины), что должно произойти с читателем, если он последует совету, изложенному в заголовке.

Причина (1): Напишите 3-5 предложений, описывающих первую причину, по которой читатель получит выгоду и преимущества, следуя советам, изложенным в статье.

Причина (2): повторите аналогично.

Причина (3): повторите аналогично.

Причина (4): повторите аналогично.

Причина (5): повторите аналогично.

Причина (6): повторите аналогично.

Причина (7): повторите аналогично.

Причина (8): повторите аналогично.

Причина (9): повторите аналогично.

Продолжайте добавлять описания причин, пока не охватите всю тему (темы)

Заключительный параграф: обобщите вышеизложенное в паре предложений, вызывающих уверенность у читателей в том, что, следуя советам этой статьи, они получают ту самую «выгоду», о которой говорится в заглавии.

Опциональный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (5): статья в стиле «обзор продукта»

Когда при написании своего предыдущего учебного курса я привёл в нём пример статьи с обзором продукта, я ещё не знал, что людям необходим универсальный шаблон, который мог бы быть использован для всех типов товаров, существующих на рынке.

Нижеследующий шаблон не ограничен только лишь продуктами и товарами. Он может быть использован для всего, что требует честного мнения, опыта или пользовательского обзора.

Совет по написанию заголовка: я предпочитаю, чтобы заголовки моих обзорных статей были простыми и точными. Фактически, это один из подходов к написанию заголовков, в котором я не пытаюсь открыто «захватить» читателя. Конечно, вы можете использовать любой метод, захватывающий внимание, если пожелаете, но вот вам мои простые примеры:

- **Наручный прибор для измерения кровяного давления Omron HEM-650: экспертный обзор**
- **Планируете подать заявку о получение кредита для бизнеса у фирмы X-Debt Services? Прочитайте о моём опыте**
- **Обзор охотничьего лука Z7 Magnum: прочтите мнение 40-ка летнего охотника с большим стажем**

**Здесь заголовок по вышеприведённым примерам
Все «за» и «против» должны иметь подзаголовки
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000**

1-й параграф: Как я уже упомянул выше по отношению к заголовкам обзоров, я предпочитаю применять менее «продающий» подход и подавать информацию в спокойном ключе. Вам необходимо только лишь написать введение о продукте, сказать о модельном номере или типе продукта (серийном номере, наименовании и т.п.), почему вы решили купить/использовать/рекомендовать этот продукт, и, наконец – короткое описание. Но не делайте первый параграф слишком длинным – переходите непосредственно к особенностям и преимуществам рассматриваемого предмета (это именно то, что ищут люди).

Параграф(ы) об особенностях продукта: перечислите особенности продукта, используя столько параграфов, сколько вам необходимо для этого. Мне нравится использовать стиль в виде нумерованного списка.

Параграф(ы) о преимуществах и выгодах: перечислите выгоды и преимущества продукта, используя столько параграфов, сколько вам необходимо для этого. Старайтесь сделать это основной частью вашей статьи, используя где-то 4-10 коротких параграфов.

Параграф(ы) о негативных сторонах (честно описанных): излагайте негатив коротко, но всё же опишите некоторые неудачные черты обозреваемого продукта. Это не только сбалансирует вашу статью, но также будет соответствовать позиции большинства людей, которые в наше время считают честным во всём видеть реально существующие недостатки.
Преимущества и выгоды, которые привлекают вас лично: перечислите преимущества и выгоды, которые вы (или кто-то другой) получили от этого продукта. Если в действительности вы его не покупали, тогда разыщите описание этих выгод в реальных обзорах и процитируйте их.
Советы от производителя: у каждого продукта есть советы, даваемые его создателем. Разыщите их и перечислите. Такую информацию можно легко найти на сайтах, продающих этот продукт.
Ваши заключительные мысли: для этого последнего параграфа напишите 2-3 предложения, выражающие ваши заключительные мысли.
Заключительный параграф: обобщите вышеизложенное в паре предложений, вызывающих уверенность у читателей в том, что, следуя советам этой статьи, они получают ту самую «выгоду», о которой говорится в заглавии.
Оptionальный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (6): статья в стиле «факты против мифов»

При создании сайт во многих нишах есть возможность обсудить «мифы» или что-то похожее. В таком случае можно перечислить несколько мифов, относящихся к теме статьи, и проследовать далее с параграфами о фактах, что сбалансирует даваемую в статье информацию и осветит главную идею вашей статьи в позитивном свете.

Совет по написанию заголовка: для статьи в стиле «Факты против мифов» заголовок должен начинаться с мифа и затем сообщать, как этот миф будет развенчан – это привлекает читателей. Например:

- 5 мифов о планировании свадьбы, которые могут сэкономить вам 10 000 долл.
- 3 мифов о публичных выступлениях, которые могут дать вам больше уверенности в себе
- 10 самых известных мифов о соблазнении женщин (следуйте этому, чтобы заставить любую женщину влюбиться в вас)

**Здесь заголовок по вышеприведённым примерам
Каждый «факт» и «миф» должны иметь свой подзаголовок
Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000**

1-й параграф: В первом параграфе будет лучше всего сразу предупредить читателей, зачем здесь приведены мифы, относящиеся к теме статьи. Например, «Существуют 3 мифа, которые лишают уверенности, необходимой для выступления перед большой аудиторией тех, кто впервые выступает на публике. Если вы сможете отбросить эти обычные ограничения и последуете советам, которые мы вам дадим, то вы сразу же «завоюете» аудиторию!»

Подзаголовок мифа №1 (что является собой этот миф?)
Опишите миф №1 в деталях
Факты, опровергающие миф №1
Подзаголовок мифа №2 (что является собой этот миф?)
Опишите миф №2 в деталях
Факты, опровергающие миф №2
Подзаголовок мифа №3 (что является собой этот миф?)
Опишите миф №3 в деталях
Факты, опровергающие миф №3
Продолжайте, пока не закончите со всеми мифами
Заключительный параграф: обобщите все выгоды и преимущества, которые получит читатель, тем же, что перечислены в 1-м параграфе, а также краткое описание выгоды от каждого обсуждавшегося мифа.
Оptionальный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Мастер-класс по написанию шаблона (7): подход «часто задаваемые вопросы» или «вопрос-ответ»

Нет ничего проще, чем взять тему вашей статьи и применить к её созданию подход в виде списка, который следует простой процедуре «вопрос-ответ».

Это один из самых простых способов - взять любые тематические слова и превратить их в вопросы.

Примеры заголовков:

- **Растут платежи по вашей ипотеке? 7 вопросов, которые помогут снизить их**
- **5 вопросов, которые нужно задать продавцу, покупая новую машину**
- **Как добиться полного успеха, задав себе эти 20 простых вопросов**

Здесь заголовок по вышеприведённым примерам Рекомендуемое количество слов: от 500 до 1000
1-й параграф: первый параграф может быть простой инструкцией. Ваша задача – заставить читателя быстро пройти по списку вопросов, поэтому не делайте 1-й параграф слишком длинным.
Задайте вопрос №1
Дайте ответ на вопрос №1
Задайте вопрос №2

Дайте ответ на вопрос №2
Задайте вопрос №3
Дайте ответ на вопрос №3
Задайте вопрос №4
Дайте ответ на вопрос №4
Задайте вопрос №5
Дайте ответ на вопрос №5
Продолжайте, пока не закончите со всеми вашими вопросами
Заключительный параграф
Оptionальный биографический раздел: вы можете добавить биографический раздел, что я настоятельно рекомендую. В этом разделе должна быть ссылка на один из обзоров рекомендованных продуктов вашего собственного сайта.

Больше шаблонов для статей по вашим запросам

В завершение этого раздела я хочу, чтобы вы все знали, что у меня дополнительно есть около 20 идей для статейных шаблонов наподобие тех примеров, что даны здесь.

Просто я не хотел затягивать с выпуском этого учебного курса, пока эти идеи ещё не воплотились в шаблоны.

Поэтому, в качестве помощи и содействия моим читателям, я буду более чем счастлив загружать новые шаблоны в раздел моего сайта для зарегистрированных пользователей, как часть моих бесплатных материалов.

Только дайте мне знать...

Также я могу сказать одно – написание статей является лёгким делом, когда вы набьёте на этом руку. Хотя известно, что я писал некоторые по настоящему увлекательные, информационно глубокие статьи для своих сайтов, мне всегда нравилось использование простых шаблонов, построенных в виде списка, наподобие описанных.

Статьи такого типа легко писать. Кроме того, читатели, ищущие нужную им информацию в интернете, ценят контент, который разбит на много коротких пунктов, фактов, вопросов, шагов и т.п.

Глава 5:

планирование авторитетного сайта (часть 1)

- Объяснение принципа структурирования сайта: фактически это довольно просто.
- Структурирование сайта без мифов.
- Как книга: объяснение от Гугла.
- Пример структуры сайта.
- Более трудная часть (не совсем на самом деле): как организовать ваши папки.
- Объяснение подхода, использующего директории.
- «Виртуальный» подход: как я это делаю (из-за своей лени).
- Какую структуру следует использовать вам?

Объяснение принципа структурирования сайта: фактически это довольно просто

Перед тем, как показать вам, как сделать идеальную планировку сайта, есть тема, которую надо кратко рассмотреть. Эта тема касается структурирования вашего сайта.

Хотя правильное структурирование сайта часто бывает сложным вопросом для начинающих (я получаю вопросы о том, «как лучше структурировать сайт» даже от веб-издателей со стажем), на самом деле эти принципы являются довольно простыми для понимания.

Структурирование сайта без мифов

Я собираюсь объяснить, что такое структурирование и как его использовать, используя как можно более простые термины – потому что это действительно просто!

Прежде всего, это способ помочь поисковым машинам и посетителям вашего сайта разобраться в его содержании.

Что касается поисковых машин, то идея очень проста:

«Организуйте ссылочную структуру таким способом, чтобы помочь «паукам» поисковых систем легко идентифицировать содержание сайта и чтобы вся модель вашего сайта обеспечивала полную релевантность общей теме»

Как книга: объяснение от Гугла

Когда-то давно Гугл объяснил, что веб-сайт должен быть организован во многом наподобие глав книги.

1) Ваша главная страница подобна **таблице содержания** книги и связана со всеми «главами».

2) Каждая из этих глав считается **«категорией»** на вашем сайте.

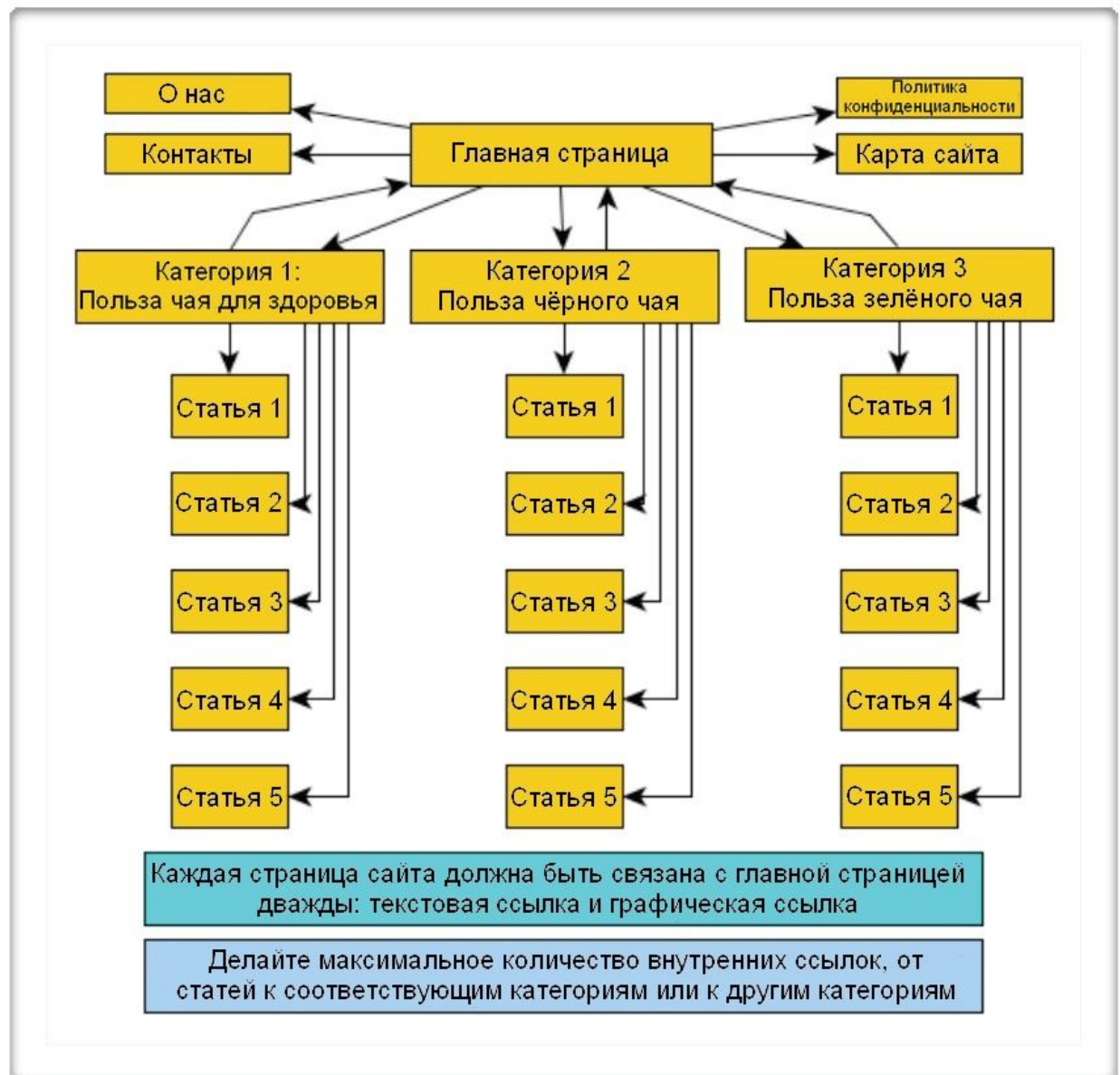
3) И точно так же, как и конкретная глава в книге, каждая категория вашего сайта должна содержать информацию, **относящуюся к этой главе** (категории).

Теперь позвольте мне визуально продемонстрировать вышесказанное, так как это теперь будет иметь отношение ко всем вашим сайтам, которые вы будете создавать (даже микро-тематические сайты).

Пример структуры сайта

Некоторые из вас уже знают базовые принципы того, как нужно структурировать свой сайт, но для всех остальных, всё ещё пребывающих во мраке, этот раздел раскроет глаза на то, как это просто.

Для экономии места, я использовал только 3 категории в нижеприведённой диаграмме. Большинство сайтов могут иметь от пяти категорий до сотен, если в этом есть необходимость.



Пояснение по диаграмме:

1) Главная страница любого сайта должна иметь ссылки на все категории. На этой диаграмме я использую тему «Чай» для главной страницы.

2) У каждой категории будет одна общая статья на странице этой категории, соответствующая заголовку категории. Например, статья «Польза чёрного чая» будет иметь 500-700 слов, обсуждающих, как вы уже догадались, положительные стороны употребления чёрного чая.

3) Таким образом, для категории «Польза чёрного чая», все статьи, относящиеся к чёрному чаю, будут иметь ссылки с этой страницы.

4) Каждая новая статья о чёрном чае будет иметь ссылку на себя с нижней части этой категории (после статьи категории). Эти ссылки будут организованны по порядку поступления новых статей в категории.

5) Внутренние ссылки должны проставляться как можно чаще, но не беспорядочно. Старайтесь связывать каждую страницу с главной страницей сайта хотя бы одной ссылкой, а также минимум с 1-2 другими страницами вашего сайта (одна из них будет главной категорией этой конкретной статьи).

Более трудная часть (не совсем на самом деле): как организовать ваши папки

Вы можете организовать структуру сайта двумя различными путями:

1) Виртуальный (это то, как я создаю все свои сайты).

2) С помощью директорий (папок) (я могу рекомендовать этот подход, только если вы строите сайт по модели, охватывающей «большой рынок»).

Таким образом, для того, чтобы вы могли с уверенностью работать над вашим сайтом с самого начала, зная, что вы всё делаете правильно, очень важно понять различие между виртуальным походом и подходом, использующим директории (папки).

Объяснение подхода, использующего директории

Этот подход выражается не только в том, чтобы иметь должную ссылочную структуру на вашем сайте (как на моей диаграмме, приведённой выше), но также **в использовании отдельных папок на вашем сервере.**

Звучит сложно?

Не беспокойтесь, это не так сложно – особенно с тех пор, когда любая система для построения сайта (например XsitePro или даже Вордпресс) может делать это автоматически.

Используя пример с нишей в области чая и несколько примеров категорий, позвольте мне показать вам, **как будут выглядеть урлы** (англ. URL - Uniform Resource Locator) вашего сайта при использовании директорий:

Доменное имя	Категория	Урл директории	Урл статейной страницы
Your1TeaSite.com	Green Tea	your1teasite.com/green-tea/	your1teasite.com/green-tea/best-green-tea. html

Your1TeaSite.com	Black Tea	your1teasite.com/black-tea/	your1teasite.com/black-tea/black-tea-on-sale.html
Your1TeaSite.com	Chai Tea	your1teasite.com/chai-tea/	your1teasite.com/chai-tea/home-made-chai-tea.html
Your1TeaSite.com	Roobios Tea	your1teasite.com/roobios-tea/	your1teasite.com/roobios-tea/buy-roobios-tea-online.html
Your1TeaSite.com	Oolong Tea	your1teasite.com/oolong-tea/	your1teasite.com/oolong-tea/oolong-tea-for-weight-loss.html
Your1TeaSite.com	Gourmet Tea	your1teasite.com/gourmet-tea/	your1teasite.com/gourmet-tea/gourmet-tea-machine.html
Your1TeaSite.com	Herbal Tea	your1teasite.com/herbal-tea/	your1teasite.com/herbal-tea/herbal-tea-for-detox.html
Your1TeaSite.com	Organic Tea	your1teasite.com/organic-tea/	your1teasite.com/organic-tea/organic-tea-bags-on-sale.html
Your1TeaSite.com	Iced Tea	your1teasite.com/iced-tea/	your1teasite.com/iced-tea/iced-tea-recipes.html
Your1TeaSite.com	Jasmine Tea	your1teasite.com/jasmine-tea/	your1teasite.com/jasmine-tea/pearl-jasmine-tea.html

Важные замечания по поводу создания директорий:

1) Каждая новая статейная страница будет связана ссылкой с категорией, которая ей соответствует. Вышеприведённый пример показывает по одной статье для каждой категории. Каждая новая статья в папке будет связана аналогично.

2) Старайтесь не использовать слишком много знаков в урлах. Собранный мною информация говорит, что у пауков поисковых машин возникают определённые проблемы, если длинна ваших урлов достигает 40-50 знаков. Это не является обязательным правилом, но я предпочитаю предупредить вас об этом.

3) Перед тем, как ваш сайт станет доступным посетителям, у вас должно быть по крайней мере 3-5 статей, на которые вы можете сослаться из соответствующей категории. Опять таки, как и в пункте 2, изложенном выше, здесь не существует абсолютно строгих правил, говорящих, что вы должны делать именно так, но это ещё один совет, которому я бы последовал.

«Виртуальный» подход: как я это делаю (из-за своей лени)

Виртуальный подход — это именно то, что я использовал для построения ссылочной структуры, **создавая все мои сайты**.

Главное различие между этим методом и описанным выше папочным заключается в том, что в методе с использованием директорий (папок) все соответствующие страницы связаны ссылками как с папками на вашем сервере, так и на вашем сайте (как на вышеприведённой диаграмме).

С другой стороны, виртуальный подход представляет собой способ связать ссылками все ваши страницы в рамках соответствующей структуры **только лишь на вашем сайте.**

Но как будут выглядеть урлы при таком способе?

Это другая простая концепция: вместо того, чтобы в урле был ваш домен, затем домен/категория, затем домен/категория/статья-относящаяся-к-этой-категории...

Каждая страница будет просто сразу связанна с доменом.

Как вот здесь:

Доменное имя	Категория	Урл категории	Урл статейной страницы
Your1TeaSite.com	Green Tea	your1teasite.com/green-tea.html	your1teasite.com/best-green-tea.html
Your1TeaSite.com	Black Tea	your1teasite.com/black-tea.html	your1teasite.com/black-tea-on-sale.html
Your1TeaSite.com	Chai Tea	your1teasite.com/chai-tea.html	your1teasite.com/home-made-chai-tea.html
Your1TeaSite.com	Roobios Tea	your1teasite.com/roobios-tea/	your1teasite.com/buy-roobios-tea-online.html

Какую структуру следует использовать вам?

Чтобы закончить эту главу, посвящённую структуре сайта, прежде всего хотел бы выразить надежду, что эта большая тайна была раскрыта.

Если быть с вами честным, то за последних 15 месяцев я написал ещё 10 страниц по этому вопросу, но когда я начал убирать всю ту информацию, в которой не было необходимости, в написанном осталось очень мало такого, о чём бы я уже не писал.

Теперь я хочу задать важный вопрос:

Какой вид структуры следует использовать вам на ваших сайтах?

Прежде всего, не зависимо от того, какой сайт вы строите с категориями, должным образом связанными со всеми соответствующими статьями этих категорий, такая обычная ссылочная структура сайта автоматически считается виртуальной.

Другим словами, большинство из вас уже делали это на протяжении многих лет и могли этого не осознавать.

Таким образом, реальный вопрос должен быть следующим:

Следует ли вам создавать себе трудности и использовать метод директорий, работая с индивидуальными папками на вашем сервере?

Пожалуйста, помните, что я даю советы не только исходя из моего персонального восприятия. Я провожу обучение всех деталей этого бизнеса полностью базируясь на *моём личном опыте*.

И вот вам мой ответ:

1) Для микро-тематических сайтов нет необходимости в индивидуальных директориях. По какой причине? Потому что каждая новая добавленная статья будет поддерживать общую тему сайта.

2) Для тематических нишевых сайтов, опять таки, нет необходимости проходить через сложности создания директорий на вашем сервере. Причина та же самая, что и с микро-тематической моделью: все дополнительные страницы будут в целом поддерживать общую тему самого сайта.

3) Для сайтов с широкой нишей, вы **МОЖЕТЕ** захотеть создавать уникальные папки.

Здесь всё зависит от ниши. Например, для ниши «выпадение волос», которую я считаю моделью широкой ниши, я бы не использовал метод директорий.

Почему? Потому что, исследовав ключевики в этой нише (и просто используя здравый смысл), я понял, что каждая статья будет в общем и целом связана с тематикой выпадения волос.

С другой стороны, если бы ниша была «программы по фитнесу», то в таком случае я мог бы создать индивидуальные папки на своём сервере, так как в этом случае программы по фитнесу будут разных видов, не связанные друг с другом.

4) Наконец, для сайтов по широкому рынку, **ОПРЕДЕЛЁННО** используйте модель директорий. Ответ тут очевиден – так как категории такого сайта не будут иметь ничего общего друг с другом.

Случай по этому пункту: мне следовало бы сделать это с моим сайтом о здоровье, но я не сделал. Он всё ещё работает очень хорошо, но весьма вероятно, что применение данной модели к этому моему сайту привело бы к получению лучших позиций в поисковой выдаче (и, к тому же, быстрее).

Глава 6:

планировка авторитетного сайта (часть 2)

Моя личная планировка для авторитетного сайта

- Введение: 4 совета перед тем, как начать.
- Давайте начнём: главная страница.
- Номер 1: дизайн хэдера (шапки) сайта.
- Номер 2: верхнее навигационное меню.
- Номер 3: вводный параграф главной страницы.
- Номер 4: панель поиска Гугла.
- Номер 5: главное навигационное меню.
- Номер 6: рекламный графический баннер.
- Номер 7: сниппеты и ссылки на мои категории (плюс графика).
- Номер 8: ссылки на новые статьи сайта (опционально).
- Страницы категорий, статейные страницы и реклама Адсенса.
- Номер 9: страница категории и соответствующая ей область.
- Номер 10: заголовок статьи и размещение изображения слева от заголовка.
- Номер 11: разделительная линия (идеально для выполнения правил Адсенса).
- Номер 12: основная часть статьи.
- Номер 13: моё любимое место для размещения Адсенса.
- Номер 14: связывание всех статей категории.
- Другие страницы: о нас, контакты, политика конфиденциальности и т.п.
- Страница «О нас».
- Страница «Политика конфиденциальности».
- Страница «Вопросы и ответы» (опционально)
- Страница «Наши контакты».
- Страницы «Блог» и «Форум» (совершенно опционально).
- Страница «Товары».

Введение: 4 совета перед тем, как начать

Наступило время показать вам мой любимый способ создания сайтов, больших и маленьких, а также базовые основы SEO, которыми вам стоит пользоваться (об этом будет рассказано в следующей главе).

Хотя этот раздел является очень простым (и большей частью визуальным), есть некоторые важные пункты, которые нужно осветить перед тем, как двигаться дальше:

1) Мой любимый пример сайта, который я собираюсь вам показать, использует хэдер («шапку» сайта).

Я больше не тестирую использование хэдеров в целях увеличения рейтинга кликов страниц. Вместо этого, если хэдер делает сайт выглядящим лучше, я его использую.

В прошлом у меня были проблемы с тем, что касалось вещей наподобие дизайна хэдера: снять его/протестировать – поставить на место/протестировать – снова снять его/протестировать – **это лишняя трата времени.**

Если вам нравится то, как выглядит ваш сайт и вы думаете, что он является собой картину авторитетности и солидности и без хэдера, то в таком случае не используйте его.

2) Я до сих пор пользуюсь системой построения сайтов XsitePro (мне нравится эта программа), но также можно использовать Вордпресс для создания ваших авторитетных сайтов (или Джумлу, Друпал, Front Page и т.д.).

На самом деле нет никакой разницы, что вы используете. Значение имеет то, что нравится именно вам для ежедневной работы по построению ваших сайтов и обновлению контента.

Для тех, кто использует Вордпресс, у меня есть рекомендованный источник шаблонов от моего старого друга и покупателя моего старого учебного курса (я поделюсь этим источником в последней главе).

3) Вы увидите пример очень простого и, тем не менее, привлекательного дизайна.

При создании авторитетного веб-сайта важно, чтобы он имел привлекательный вид. Помните о том, что вы хотите получить «жирные» ссылки с других авторитетных сайтов в вашей нише, а если ваш сайт является визуально привлекательным, то ваши шансы на получение таких ссылок увеличиваются десятикратно. *(Для небольших микронисевых сайтов это не так важно, потому что для них необходимо меньшее количество ссылок).*

4) И последнее, но не менее важное. Я настоятельно рекомендую вам создавать ваши собственные дизайны для сайтов, используя мой лишь как пример.

Старайтесь быть уникальным, изменяйте ваши цвета, попробуйте расположить навигационное меню слева, пробуйте блоки рекламы различного вида и т.д. Всё это должно делаться для того, чтобы сделать планировку сайта дружественной для его посетителей и приятной для глаза (думайте в терминах «авторитетности»). Привнесите вашу индивидуальность в ваш бизнес!

Давайте начнём: главная страница

Ниже вы видите 3 диаграммы, показывающие главную страницу сайта, предпочитаемую мной (я не смог уместить всю главную страницу на одну картинку). После показа всех трёх диаграмм будут даны мои объяснения, базирующие на тех номерах, которые вы видите около картинок.



6



[Herbal Chinese Tea](#)

Learn about the different types of Chinese tea. It is said that the Chinese have been enjoying tea for several thousands of years. Variations of Chinese tea include Pu-erh, Kosher, green and Oolong. A long and established history dates back between the Chinese people and tea.



[Gourmet Tea](#)

Gourmet tea is one of the most satisfying drinks you can enjoy with company or alone on a calm day. Our articles discuss the various suppliers of gourmet tea and our top picks of the year. Never underestimate how wonderful a gift a basket of gourmet tea can make.



[Benefits Of Green Tea](#)

Take a tour through our extensive article collection on how amazing and healthy drinking green tea is for your body, health, mind and spirit. One of the highest regarded teas for pain, green tea will also help you lose weight, have better focus and clean out toxins built up in the body.



[Herbal Tea Benefits](#)

Sit down and enjoy learning all about herbal tea and the wonderful varieties that you can choose from. Herbal tea can be enjoyed in many flavors, including peppermint, sour apple, wild strawberry and more. Home made herbal tea is also an option for the creative types.



with ZERONA



Click for **free** consultation!



LEEZA GIBBONS

7

8



digestion, should it taste good too? The answer is Yes! Wu Long tea has the strength of black tea as well as the aroma of green tea.



[Yogi Tea Reviews](#)

Walk the tea aisle at any health food store and you can't miss the dozens of varieties presented from a company called "Yogi." This brand makes the highest quality tea with only the finest herbs and spices from all over the world.



[Tea Accessories](#)

For those of you who just can't live without your tea, look here for ideas on home tea brewing, electric kettles, teapot warmers and tea cups for the perfect get-together with family and friends.

Latest News & Articles:

- Article 1: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 2: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 3: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 4: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Etc. (up to 50-100 article links, then drop off each old article with each new one)

Номер 1: дизайн хэдера (шапки) сайта

На моих сайтах используется простой дизайн хэдера, который я делаю сам. Нет, я не графический дизайнер. Вместо этого я использую программу Xheader, которая является отличным инструментом, если вы так же не продвинуты технически, как и я.

При изготовлении вашего хэдера следует уделять особое внимание общей цветовой схеме вашего сайта. Это означает, что нужно использовать цвет, подходящий для вашей ниши, а не для моей или кого-либо ещё.

Так как это пример по теме «Чай», я выбрал мягкие оттенки коричневого и зелёного цветов. Для вашей ниши это может быть по-другому. У меня уже есть сноровка при подборе правильных цветов, которая появляется с опытом (я построил МНОГО сайтов за эти годы).

Просто используйте здравый смысл и проверяйте цветовые схемы сайтов в нишах, подобной вашей (некоторые отличные идеи уже реализованы и вам остаётся только их повторить).

Вопрос: обязательно ли нужен хэдер на вашем сайте?

Ответ: вовсе не обязательно.

Как я упомянул во введении к этой главе, решение об использовании хэдера базируется на том, какими я хочу видеть свои сайты в терминах их уникальности и привлекательности. Я могу обойтись без хэдера - просто логотипом и панелью поиска. Установленных правил здесь нет.

Номер 2: верхнее навигационное меню



Хотя это не обязательно, но мне нравится иметь 2 навигационных меню на моих сайтах - одно, расположенное справа, для всех главных категорий моего сайта, и ещё одно вверху (под хэдером), для всех остальных пунктов навигации, не относящихся к категориям:

Это верхнее меню ссылается на следующее:

- Главная страница
- О нас
- Политика конфиденциальности

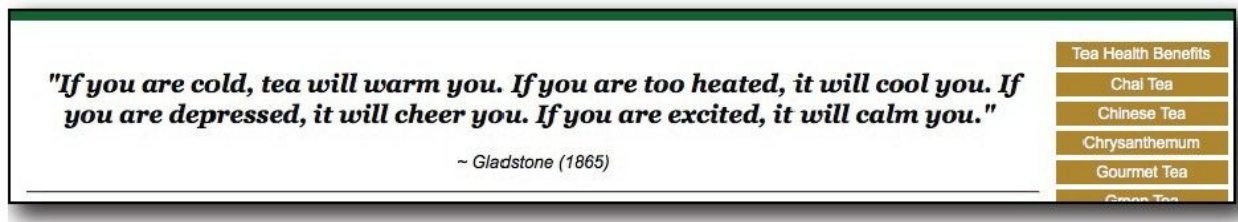
- Страница с часто задаваемыми вопросами (FAQ)
- Наши контакты
- Блог (если необходимо)
- Дискуссионный форум (если необходимо)
- Страница партнёрских программ
- Любая другая

Вскоре я коротко коснусь деталей создания этих страниц, но пока что я хочу, чтобы вы знали то, что все они не являются обязательными.

Все эти страницы могут иметь ссылки с вашего главного навигационного меню, если вы этого хотите.

Этот конкретный подход, однако, просто дело моего личного вкуса – ни более, ни менее.

Номер 3: вводный параграф главной страницы



Всегда делайте вводный параграф для вашей главной страницы. **Это не должна быть целая статья.** Как вы можете заметить, в моём примере это всего лишь цитата, состоящая из одного предложения.

Но почему я использовал эту цитату для вводного параграфа моей главной страницы? Потому что она мне понравилась!

Хотя вышеприведённый пример не является реальной нишей, с которой я в настоящее время работаю, однако, если бы мне нужно было инвестировать в авторитетный сайт по теме «Чай», то тогда я бы использовал именно эту цитату как вводную. Это просто отвечает моим вкусам!

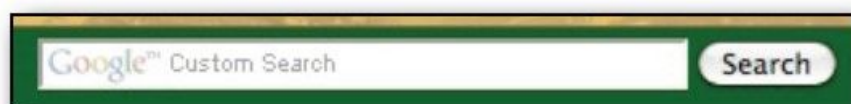
Вопрос: можно ли вам расположить целую статью на главной странице вместо небольшого вводного параграфа? Определённо вы можете делать всё, что вам нравится, так что, конечно, можно.

Как я всегда говорю, чем больше контента, тем лучше – независимо от того, где он расположен. Можно сказать, что главная страница любого большого

контентного сайта представляет собой ничего более, чем главный вход ко всем его категориям, «двери» сайта, так сказать.

Взгляните на любой значимый сайт и вы увидите, что главная страница такого сайта сделаны главным образом из ссылок на статьи, разделы и категории.

Номер 4: панель поиска Гугла



Ещё одно дополнение, которое мне нравится использовать на моих сайта – это размещение панели поиска Гугла, которое может быть создано со страницы настройки в вашем экаунте Адсенса. Это «поиск для рекламы», который вы можете выбрать в вашем экаунте.

Опять таки, не обязательно иметь на вашем сайте поиск Гугла, но это принесло мне хороший доход от людей, делающих поисковые запросы в этой панели.

На мой взгляд, размещение панели поиска делает верхнюю часть сайта выглядящей более профессионально. Поисковые панели широко распространены и попросту хорошо выглядят!

Номер 5: главное навигационное меню

У всех моих сайтов имеется **главное** навигационное меню. Это та часть сайта, где перечислены все категории (навигационное меню имеется на всех страницах моих сайтов).

Во многом отличаясь от той цели, что я советовал для микронисевых сайтов, здесь наша цель, в случае с авторитетными сайтами – **выглядеть как можно более солидно и профессионально.**

Страница категорий тоже отвечает этой задаче: честный показ того, чему посвящен ваш сайт.

В том дизайне навигационного меню, которое вы видите здесь, нет ничего особенного (коричневый с белыми промежутками).

На самом деле, дизайн и цвета будут различными для каждого нишевого сайта, так что не стоит беспокоиться о том, чтобы у вас был точно такой же вид.



Вопрос: обязательно ли навигационное меню должно располагаться справа?

Ответ: по вашему желанию вы можете расположить ваше навигационное меню слева на сайте. Я обнаружил, что рейтинг кликов страниц (CTR) немного выше, когда главное навигационное меню расположено справа, как показано на моём примере, так как это позволяет мне разместить рекламу Адсенса слева.

Примечание: Помните, для авторитетных сайтов беспокойство о самом высоком рейтинге кликов (CTR) не должно являться ключевым фактором. Главное – создать сайт, обладающий всеми компонентами, нужными как Гуглу так и посетителям вашего сайта!

Номер 6: рекламный графический баннер

Около года назад я добавил баннерную рекламу, ведущую на партнёрские предложения и CPA программы (CPA - Cost Per Action, оплата за определённые действия пользователя на сайте рекламодателя), **на каждую страницу всех моих сайтов.**

Это дало феноменальный результат в виде дополнительного дохода!

Кликов по этим баннерам не бывает много, ввиду того, что у сегодняшних пользователей интернета развилось то, что называется «баннерной слепотой», когда графическая реклама уже не привлекает внимание, как это было раньше.

Однако те случаи, когда они **всё-таки кликают** по рекламе, полностью оправдывают размещение дополнительной графики на правой или левой стороне каждой страницы.

У вас может быть также небольшой горизонтальный баннер, идущий через всю страницу, выше или ниже заголовка статьи.

Ценный совет: не стоит пугаться размещения баннерной рекламы по тем предложениям, которые не имеют абсолютно ничего общего с предметом вашего сайта или даже слабо связаны с вашей темой.


Как вы можете видеть из примера, приведённого слева, это баннер с предложением по лечению выпадения волос, который не имеет никакого отношения к «Чаю», что я сделал это намеренно.

Никогда нельзя заранее сказать, что заинтересует людей, поэтому вы можете развлечься, размещая рекламу таким образом.

На самом деле, часть моих самых высоких доходов от CPA/партнёрских программ поступала от очень дорогого предложения «работы на дому», которое я размещал на своих




Номер 7: сниппеты и ссылки на мои категории (плюс графика)




Herbal Tea Benefits

Sit down and enjoy learning all about herbal tea and the wonderful varieties that you can choose from. Herbal tea can be enjoyed in many flavors, including peppermint, sour apple, wild strawberry and more. Home made herbal tea is also an option for the creative types.




Iced Tea Recipes

As it's name suggests, iced tea is made from brewing tea leaves and serving the tasty liquid over ice. Very popular among cultures with warm climates, iced tea is sometimes brewed from black tea and blended with coconut milk (my personal favorite).



Health Benefits Of Jasmine Tea

Claimed by experts to be a cancer-fighting blend, jasmine tea is most often made from either green tea or Oolong tea as a base. To further make the blend enjoyable, Jasmine is added to create a better tasting and smelling tea.



Mint Tea Recipes

Mint tea is a leading choice of tea from cultures around the world. Herbalists have said that the reason for this amazing tea's ability to sooth the digestive system is due to menthol, a naturally occurring byproduct of mint tea.

Я использую это как «вводную» для всех главных категорий моего сайта в основной части моей главной страницы. Хотя категории уже перечислены в моём главном навигационном меню, здесь я пишу по одному параграфу уникального контента, привлекающего внимание к тому, о чём идёт речь в соответствующем разделе.

Вы можете заметить, что заголовок каждой категории в данном случае содержит длинный ключевик. Например, категория «mint tea» («мятный чай») имеет заголовок «Mint Tea Recipes» («рецепты мятного чая»). Я делаю это, чтобы получить некоторые выгоды от SEO по длинным ключевым фразам, ни для чего более. Эти заголовки затем ссылаются на соответствующие им категории.

Также для лучшего вида я **ставлю слева картинку**. Это хорошо выглядит и создаёт впечатление профессионализма.

Номер 8: ссылки на новые статьи сайта (опционально)

Latest News & Articles:

- Article 1: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 2: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 3: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- Article 4: Text talking about the article and linked directly to the article page.
- **Etc. (up to 50-100 article links, then drop off each old article with each new one)**

(перевод)

Последние новости и статьи:

- Статья 1: текст, рассказывающий о статье и ведущий прямо на страницу статьи.
- Статья 2: текст, рассказывающий о статье и ведущий прямо на страницу статьи.
- Статья 3: текст, рассказывающий о статье и ведущий прямо на страницу статьи.
- Статья 4: текст, рассказывающий о статье и ведущий прямо на страницу статьи.
- **И т.д. (до 50-100 ссылок на статьи, затем удаляйте по одной старой статье при поступлении новой)**

В нижней части моей главной страницы вы можете заметить вышеприведённый текст, который я стараюсь использовать на большинстве главных страниц моих сайтов.

Это не является совершенно обязательным, но я нахожу, что этот список добавляет дополнительный контент и профессионализм к общему виду главной страницы. Кроме того, практически каждый большой сайт, а также новостные сайты и статейные директории делают это. Следовательно, разумным будет делать так же!

Это простой процесс:

- 1) Предположим, вы добавили новую статью в одной из ваших категорий. В таком случае я ставлю ссылку на эту статью **прямо наверху списка** других статей.
- 2) Я размещаю заголовок статьи, который ссылается на страницу статьи.

3) После заголовка я пишу одно предложение (самое большее два предложения), кратко объясняющее содержание статьи.

4) Конечно, невозможно перечислить все статьи на главной странице, поэтому со временем (например, по достижению вами 50-ти страниц), я начинаю **удалять старые сниппеты** и ссылки каждый раз, когда я дописываю новый сниппет. Это означает, что для каждого нового сниппета статьи, размещённого наверху, самый нижний будет удаляться.

5) Также можно улучшить общую привлекательность статейных сниппетов, разместив рядом с ними тематические изображения наподобие как это сделано для категорий, находящихся выше.

6) Важное замечание: **вам нет необходимости делать всё это!** Это дело личного выбора. Я получаю удовольствие, затратив дополнительное время для улучшения контента моей главной страницы, плюс это помогает в том, чтобы пауки поисковых систем быстрее находили мои новые страницы ввиду того, что в таком случае появляется много ссылок, природным образом ведущих на главную страницу.

Страницы категорий, статейные страницы и реклама Адсенса

Вид моих страниц категорий и статейных страниц практически одинаков.

Единственное отличие в том, что на страницах категорий ссылки, ведущие ко всем статьям, связанным с той или иной категорией, стоят ниже главного контента.

Я легко это объясню, но сначала посмотрите на скриншоты, пояснения к которым будут ниже:



The Tea Report

"Tea Health, Stories, News & Information"

9

[Home](#) | [About The Tea Report](#) | [Privacy Policy](#) | [FAQ](#) | [Contact Us](#) | [Blog](#) | [Discussion Board](#)

Google Custom Search

Search



Tea Health Benefits: Lose Weight, Fight Cancer & Have More Energy!

10

[Online Tea Shop](#) [www.SpecialTeas.com](#)

Give the Gift of Tea: 300+ Gourmet Teas! Guaranteed Holiday Shipping

[Teavana® Loose Tea Online](#) [TEAVANA.com](#)

Great Choice of White, Green, Black Oolong, Herbal Tea & More. Buy Now!

11

[Pavo Teas](#) [www.pavo-teas.com](#)

Specializing in loose leaf tea and tea accessories!

[The English Tea Store](#) [EnglishTeaStore.com](#)

Free Shipping on Your Next Order. Use promo code FSHIP10 at checkout.



Ads by Google

[Teavana® Finest Tea Store](#) [TEAVANA.com](#)

Great Choice of White, Green, Black Oolong, Herbal Tea & More. Buy Now!

If you enjoy a hot cup of tea now and then, you'll be amazed at the **tea health benefits** that go along with the great taste. Green tea, black tea, Oolong tea or any other variety, there is no shortage of research that has been documented that provides positive effects associated with tea and caffeine.

Drinking tea helps with weight loss and lowering cholesterol levels, boosts immune system response, contains anti-cancer properties, helps in lowering blood sugar, induces positive effects on bad breath, lowers stress hormone levels, and even athletes have reported higher endurance in exercise programs. Enjoy tea for the following 5 health benefits and you'll feel better, live longer and have more energy:

1) Boost Your Immune System With Green Tea (Mega Antioxidants)

The antioxidants found in tea are the secret behind this boost in the body's immune system, thus keeping you and I thriving in energy. The human body is constantly producing what are called "oxidants" (also known as free radicals). In order to stabilize, these oxidants literally steal electrons from various other molecules, leaving behind damaged cell proteins. The

Tea Health Benefits

[Chai Tea](#)
[Chinese Tea](#)
[Chrysanthemum](#)
[Gourmet Tea](#)
[Green Tea](#)
[Herbal Tea](#)
[Iced Tea](#)
[Oolong](#)
[Organic Tea](#)
[Roobios](#)
[White Tea](#)
[Wu Long](#)
[Jasmine Tea](#)
[Yogi Tea](#)
[Tea Accessories](#)
[Mint Tea](#)
[Black Tea](#)
[Site Map](#)

LOSE

12

[Online Tea Shop](#) [www.SpecialTeas.com](#)

Give the Gift of Tea: 300+ Gourmet Teas! Guaranteed Holiday Shipping

[Online Weight Loss Tea](#) [www.teasunlimited.com](#)

As Seen on Oprah, Lose Weight Fast! Coupon Code TEAS12 for 12% off

[CrossFit Rocks Elk Grove](#) [www.the-core-zone.com](#)

Incredible Intense Intoxicating CrossFit and Personal Training Gym



Ads by Google

research to show possible anti-cancer properties, which of course - tea is loaded with them.

Case in point: If you read the National Cancer Institute's website on cancer prevention using tea, they discuss the studies with lab animals being tested with specific antioxidants known as "catechins" and showing that they scavenged oxidants before cell damage set in. There are catechins found in tea (especially green tea) which studies have shown inhibits the growth of cancer cells.

13

Although there is no solid evidence to make the claim that tea is a cure for cancer, a little common sense and some reading on the health benefits of tea should help you come to your own conclusions.

3) Drinking Tea Lowers Cholesterol Naturally (No Drugs Needed To Reduce Cholesterol)

For centuries tea has been used to treat hundreds of ailments found throughout the human body. However, only recently have scientists chose to explore the natural cholesterol-lowering properties of tea. It's not surprise, however, as the Harvard Women's Health Watch reported what makes tea such a powerful liquid.

They concluded that the substances that can lower your cholesterol naturally can be found in oranges, grapes, blueberries and hibiscus flowers - to name a few. These substances are called "flavonoids" and guess what? Tea is absolutely loaded with flavonoids. And flavonoids are another form of powerful antioxidants found in plants, the very same plants that we use to make tea.

4) Tea Helps Melt Fat & Keep The Pounds Off (Green Tea For Weight Loss)

Battling the bulge is an epidemic in many countries today. From foods overloaded with preservatives, trans fats and fast food eaten more and more, there is no wonder why we have a weight problem as a society. The first step my nutritionist set my Grandfather on to help reduce his weight and clear out the free radicals in his body was to drink at least 2-3 cups of green tea

antioxidants found in tea help the body to find and isolate these oxidants.

So why get a flu shot when all you have to do is drink several glasses of green or black tea each day? In fact, in an article published by webmd, tea has been shown to boost the immune system within hours of consumption. By drinking tea and following a solid nutrition diet your immune system will be ready to fight off the early signs of cold and flu symptoms, especially during those cold winter months.

2) Fight Cancer With A Delicious Cup Of Green Tea (Anti-Cancer Properties)

Everyone knows that tea contains antioxidants and polyphenols, but what you might have missed is that these items also have

3 INCHES IN
2 WEEKS



with ZERONA



Click for **free** consultation!



LEEZA GIBBONS

14

Battling the bulge is an epidemic in many countries today. From foods overloaded with preservatives, trans fats and fast food eaten more and more, there is no wonder why we have a weight problem as a society. The first step my nutritionist set my Grandfather on to help reduce his weight and clear out the free radicals in his body was to drink at least 2-3 cups of green tea each day (in addition to a walking program and nutritionally-dense foods).

Not convinced? There are numerous studies published through well-known publications that showed real-life testing of tea for weight loss. One particular study took 38 men, divided them into 2 groups each with the same food plan and diet. One group was given a daily bottle of tea that contained between 600 and 699 mg of catechin antioxidants. 3 months later, the green tea extract group had significant drops in total fat body mass, reduced waist line, drop in total body weight, and decreased subcutaneous fat.

5) Exercise Longer & Harder With A Daily Cup Of Tea (Endurance In Exercise)

It's no secret that exercising on a regular basis fights fat, provides more energy, and just plain feels good (not to mention makes you look better). Add green tea to this combination and you'll be going stronger, faster and add years to your life-span. So how does tea help build endurance in exercise?

The answer appears to be a combination of caffeine and the catechin polyphenols in tea. These catechin polyphenols have been proven to stimulate the use of fatty acids by the liver, as well as the muscle cells. Subsequently, this action by the body decreases the rate at which carbohydrates are burned up thus providing more endurance and the ability to exercise longer.

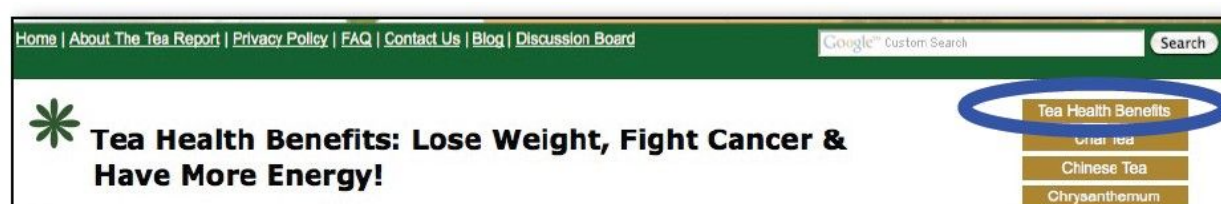
Add it up - when it comes to exercise and tea health benefits, the more endurance you have means that you exercise longer and with more intensity, and the longer you exercise with higher levels of intensity, the more calories you burn - and the more calories you burn the leaner and better looking you become!

Related Articles:

(This is where you would link all of your articles within this category, and the same goes for all of your other categories)

- Article 1: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 2: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 3: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 4: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- **When the links get excessive, chop up your page into 2 columns - gives you double the space you need. Most pages will not exceed a couple hundred links over a long period of time anyways.**

Номер 9: страница категории и соответствующая ей область



Как вы можете видеть, когда кто-то кликает по ссылке справа, на которой написано «Tea Health Benefits», это будет страница, куда он перейдёт.

(Это также будет та страница, куда ведут её сниппет и изображение на главной странице, если посетитель будет следовать по ссылке в этой области.)

Также хочу заметить, что главный ключевик этой страницы категории находится в заголовке статьи (я вскоре коснусь деталей оптимизации страниц в том, что касается ключевиков, заголовков и тегов).

Номер 10: заголовок статьи и размещение изображения слева от заголовка



Я стараюсь делать заголовки статей на моих сайтах захватывающими внимание. Особо нечего сказать по поводу этой области кроме, возможно, размещения этого изображения.

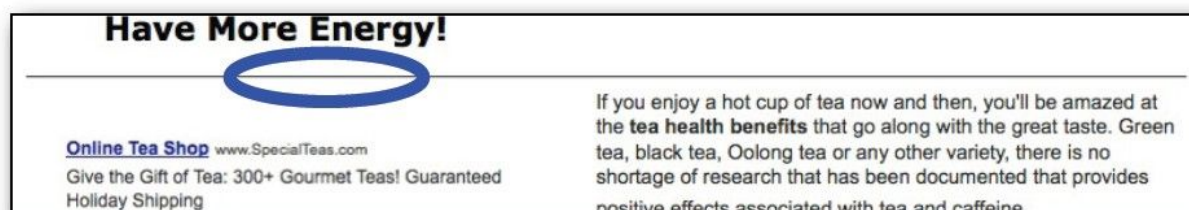
Нет никакой секретной причины, по которой я разместил здесь это изображение, кроме той, что **мне нравится, как оно выглядит**.

Однако я должен сказать вам, что это **ВСЁ ЖЕ** притягивает взгляд к левой части контента, что может помочь посетителям быстрее увидеть эту область.

Примечание: пожалуйста, будьте очень осторожны с использованием любых изображений, когда это касается условий использования Адсенса. Ваш экаунт в Адсенсе может быть забанен за попытки «принудить» посетителей кликать по рекламе.

Я рекомендую вам внимательно прочесть правила программы Адсенс, если у вас есть какие-то сомнения относительно расположения рекламы, вопросы по продвижению и т.п.

Номер 11: разделительная линия (идеально для выполнения правил Адсенса)



Вы можете заметить небольшую аккуратную разделительную линию над контентом и рекламой Адсенса, ниже заголовка. Мне кажется, что эту небольшую деталь стоит применять в тех случаях, если ваши блоки Адсенса расположены где-то вблизи заголовка вашей статьи, как на этом примере, который показывает предпочитаемое мною размещение рекламы.

Причина этого простая: вы защищаете ваш экаунт в Адсенсе от риска бана, который может возникнуть, если будет казаться, что вы стараетесь повлиять на посетителей сайта в отношении объявлений Адсенса.

Да, у меня всё ещё есть много страниц контента с рекламными блоками Адсенс **ниже этой линии**, как на примерном расположении в моём **старом учебном курсе**, но я всё-таки являюсь признанным веб-издателем, а по некоторым причинам участники программы Адсенс с большим стажем могут избежать последствий такого рода вещей.

На моих авторитетных сайтах такая линия есть по той причине, что **мне нравится, как она выглядит - просто и скромно.**

Номер 12: основная часть статьи

3) Drinking Tea Lowers Cholesterol Naturally (No Drugs Needed To Reduce Cholesterol)

For centuries tea has been used to treat hundreds of ailments found throughout the human body. However, only recently have scientists chose to explore the natural cholesterol-lowering properties of tea. It's not suprise, however, as the Harvard Women's Health Watch reported what makes tea such a powerful liquid.

They concluded that the substances that can lower your cholesterol naturally can be found in oranges, grapes, blueberries and hibiscus flowers - to name a few. These substances are called "flavonoids" and guess what? Tea is absolutely loaded with flavonoids. And flavonoids are another form of powerful antioxidants found in plants, the very same plants that we use to make tea.

4) Tea Helps Melt Fat & Keep The Pounds Off (Green Tea For Weight Loss)

Battling the bulge is an epidemic in many countries today. From foods overloaded with preservatives, trans fats and fast food eaten more and more, there is no wonder why we have a weight problem as a society. The first step my nutritionist set my Grandfather on to help reduce his weight and clear out the free radicals in his body was to drink at least 2-3 cups of green tea each day (in addition to a walking program and nutritionally-dense foods).

Not convinced? There are numerous studies published through well-known publications that showed real-life testing of tea for weight loss. One particular study took 38 men, divided them into 2 groups each with the same food plan and diet. One group was given a daily bottle of tea that contained between 600 and 699 mg of catechin antioxidants. 3 months later, the green tea extract group had significant drops in total fat body mass, reduced waist line, drop in total body weight, and decreased subcutaneous fat.

5) Exercise Longer & Harder With A Daily Cup Of Tea (Endurance In Exercise)

It's no secret that exercising on a regular basis fights fat, provides more energy, and just plain feels good (not to mention makes

О главной части статьи особо нечего сказать, но всё же я хочу донести до вас очень важный совет, который, по моему убеждению, поможет страницам вашего сайта лучше сочетаться с рекламой Адсенс.

Конечно, это лишь моё личное мнение, но я кажется, что для статьи лучше пользоваться шрифтом как можно более похожим на шрифт, используемый в ваших объявлениях Адсенс.

(Вы можете легко изменить шрифт ваших объявлений с помощью инструкций в вашем экаунте Адсенс).

У всех моих объявлений установлен шрифт небольшого размера, который я предпочитаю.

Смешивайте и подбирайте ваши шрифты, если вы того желаете.

Помните, что всё в этом бизнесе направлено на то, чтобы добиться лучшего соответствия **вашему стилю публикаций и вашей индивидуальности.**

Номер 13: моё любимое место для размещения Адсенса

The screenshot shows a webpage with several AdSense ads. The ads are for various tea products and are arranged in a vertical column. The ads include links to websites like SpecialTeas.com, TEAVANA.com, and EnglishTeaStore.com. The text of the ads promotes gourmet teas, loose leaf tea, and tea accessories. The ads are separated by small navigation arrows and the text 'Ads by Google'.

Вы должны знать, что у меня есть много различных способов размещения рекламных блоков Адсенса на моих сайтах, как с целью тестирования, так и в интересах дизайна.

Помните, что вашей целью по отношению к тем авторитетным сайтам, которые вы хотите развить, должен быть такой показ вашей рекламы, чтобы она определённо бросалась в глаза, но не была навязчивой. Шаблон в моём старом учебном курсе имел очень грубый и минималистский подход к размещению рекламы, что является **наилучшим способом для получения самого высокого рейтинга кликов**, но для ваших авторитетных сайтов подход должен быть таким:

«Сначала контент и уже во вторую очередь

зарабатывание денег».

Исходя из моего мнения и опыта, лучшим, что может быть взято из двух подходов, является охват рекламой вашего текста, а также использование двух квадратных блоков рекламы, расположенных один над другим и голубого текста рекламных объявлений.

Примечание: существуют десятки способов разместить вашу рекламу. Не ограничивайте себя только одним способом. Попробуйте несколько разных, чтобы чувствовать себя уверенным в вашем собственном дизайне и рейтинге кликов.

Номер 14: связывание всех статей категории

Related Articles:

(This is where you would link all of your articles within this category, and the same goes for all of your other categories)

- Article 1: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 2: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 3: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- Article 4: Anchor text of the article main keyword linked directly to the article page.
- **When the links get excessive, chop up your page into 2 columns - gives you double the space you need. Most pages will not exceed a couple hundred links over a long period of time anyways.**

(перевод)

Связанные статьи:

(Здесь вы связываете все статьи в этой категории, и делаете то же самое для всех других ваших категорий)

- Статья 1: Анкорный текст главного ключевика статьи, ссылающийся напрямую на страницу статьи.
- Статья 2: Анкорный текст главного ключевика статьи, ссылающийся напрямую на страницу статьи.
- Статья 3: Анкорный текст главного ключевика статьи, ссылающийся напрямую на страницу статьи.
- Статья 4: Анкорный текст главного ключевика статьи, ссылающийся напрямую на страницу статьи.
- **Когда ссылок станет слишком много, разбейте вашу страницу на 2 колонки — это удвоит нужное вам пространство. На большинстве страниц количество ссылок по любому не превысит двух сотен за всё время.**

Помните ключевики, которые мы нашли в главе, посвящённой исследованию ключевых слов? Это те ключевики, которые вы будете использовать для тем статей, как я уже объяснил в предыдущих главах.

Все эти темы статей будут иметь ссылки от любой страницы категории, над которой вы работаете. Так как мне нравится иметь хорошую статью на моих страницах категорий, то я предпочитаю ставить ссылки на мои статьи в нижней части, как показано на вышеприведённом скриншоте.

Всегда используйте главный ключевик в тексте анкера, когда вы ссылаетесь на страницу этой статьи.

Это обеспечивает дополнительные выгоды для SEO, а также наличие ссылки **на правильное место**.

Дополнительно, вы можете захотеть использовать небольшой «тизер» для статьи. Я всегда предпочитаю иметь больше контента, поэтому у меня обычно после каждой ссылки на статью размещается несколько предложений, наподобие того, как это сделано на главной странице.

Красным цветом на вышеприведённом изображении выделен ответ на очень популярный вопрос:

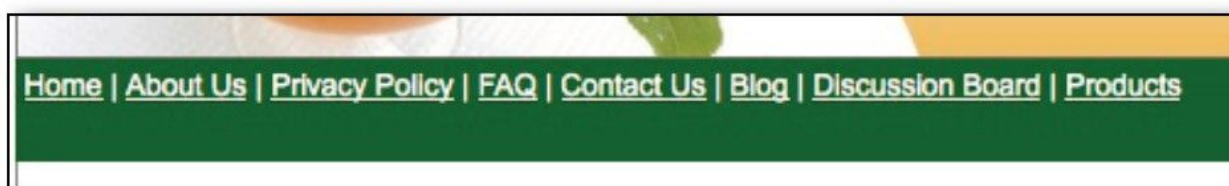
«Надо ли продолжать ставить ссылку на каждую статью из этой категории, если сайт разрастётся до сотен или тысяч страниц – не будет ли слишком большим количество ссылок на странице категории?»

Не будет – в большинстве случаев.

Если только вы не планируете разместить несколько тысяч статей в каждой категории, вы можете спокойно добавлять ссылки в нижнюю часть страницы категории. Я серьёзно сомневаюсь, что вы когда-либо достигнете такого большого числа статей в одной категории.

Если возникнет необходимость, вы сможете создать «таблицу», что представляет собой, по сути, способ создать на вашей странице категорий две колонки для ссылок. Это буквально удваивает пространство на вашей странице в том, что касается горизонтальной длины, но опять таки – **вам, скорее всего, не придётся этого делать.**

Другие страницы: о нас, контакты, политика конфиденциальности и т.п.



Теперь я хотел бы коснуться «других» страниц, к которым относятся те, которые не являются страницами категорий и статей.

Прежде всего, размещение двух разных меню на сайте, как в моём примере, не является необходимым. Вы можете разместить всё в одном меню (в списке с категориями), если хотите.

Это просто моё личное предпочтение. Мне нравится, как два меню вписываются в общий дизайн. Я добавил это второе навигационное меню в большинство моих сайтов, относящихся к нишам приличного размера.

Вы также можете заметить ссылку «Blog» и другую - «Discussion Board» («форум»).

Это только лишь для того, чтобы показать вам, где я бы разместил эти ссылки, если бы у меня был блог или форум, размещённый на том же домене.

Хотя это и очевидно, для чего используются эти страницы, позвольте мне использовать несколько минут для того, чтобы дать вам несколько советов по поводу того, что я считаю важным в отношении каждой из них.

Страница «О нас»

В этом разделе вы можете представить себя своей аудитории. Большинство посетителей сайта не будут заходить на эту страницу, но всё же создание подобных страниц будет нелишним для того, чтобы дать больше профессионализма и авторитетности вашему нишевому сайту.

Помните, эта страница нужна не Гуглу – при её создании думайте об удобстве ваших читателей.

Что вам следует писать на ней?

Вместо написания примера и получения ситуации, когда вы не будете использовать ваши собственные мысли и ваш персональный подход к вашим сайтам, будет лучше дать вам некоторые ориентиры, которые вы сможете применить:

1) Опишите **задачу**, которую выполняет ваш сайт и то, почему он был создан:

Почему вы создали этот сайт? Какой является ваша мотивация, стоящая за статьями вашего сайта? Кому вы стараетесь помочь?

Опишите, **кто** стоит за созданием вашего сайта:

Вся ваша семья увлечена вашей нишей? Если это так, напишите об этом. У вас есть команда копирайтеров, посвятившая себя исследованию и описанию темы? В таком случае напишите об этом тоже. Также подумайте о возможности опубликовать краткий биографический очерк о каждом из ваших копирайтеров или о других ваших сотрудниках.

3) Опишите ваши будущие планы в отношении вашего сайта:

Планируете ли вы опубликовать больше углублённых статей по различным направлениям вашего сайта? Собираетесь ли вы выпустить электронную книгу, основанную на тематике вашего сайта? Будут ли в будущем добавляться новые категории? Расположите всю эту информацию на странице «О нас».

Есть масса идей, которые можно использовать на вашей странице «О нас». Я привёл только основные из них, использованные на моих собственных сайтах.

Помните – всё это для вашей аудитории, не для Гугла, так что не старайтесь сделать страницу «О нас» идеальной. Просто будьте честными и пишите просто.

Страница «Политика конфиденциальности»

Нельзя недооценить **важность описания на вашем сайте политики конфиденциальности**, особенно, если вы используете Адсенс (по условиям этого сервиса вы должны иметь политику конфиденциальности или же ваш эканунт в Адсенсе может быть забанен).

На самом деле, если ваш сайт использует ЛЮБУЮ форму рекламы – партнёрские продукты, предложения по CPA или же контекстную рекламу типа Адсенса, то в таком случае вам необходимо защитить себя от возможных претензий правового характера.

Не тратьте всё ваше драгоценное время и энергию на создание хорошего сайта, не позаботившись о необходимой вам правовой защите.

По большей части я использую на моих сайтах описание политики конфиденциальности общего плана.

Но где-то год назад я решил дополнительно защитить свой бизнес, поэтому я нанял адвоката, который за немалые деньги написал уникальную политику конфиденциальности для моих сайтов.

Такую инвестицию я настоятельно рекомендую вам сделать немедленно!

Есть три возможности получения политики конфиденциальности:

1) Используйте адвоката, которого нанимал я. Его зовут Боб Силбер и его список клиентов включает таких знаменитых онлайн-бизнесменов, как Фрэнк Керн, Джон Риз, Майкл Филсэйм, Джимми Д. Браун, Стивен Пирс и Марк Джойнер.

Его услуги недёшевы, но вы сможете использовать готовую форму для всех ваших сайтов и вы получите всё, что вам нужно, чтобы полностью соответствовать нормам закона и требованиям Гугла.

Стоимость этого составит несколько тысяч долларов. Вот адрес сайта Боба: <http://www.websitelawforms.com/>

2) Существует намного более дешёвая возможность, которая, я думаю, большинству из вас понравится больше, чем тратить 3 000 долл. для получения вашей политики конфиденциальности и других форм.

Несмотря на то, что лучше всего использовать документы, подготовленные адвокатом, я всё же разыскал сервис, который называется «Генератор правовых форм». Этот сервис за 297 долл. составит вам следующие документы:

- Правила и условия
- Политика конфиденциальности
- Правила использования видео и аудио материалов

- Политика антиспама
- Партнёрское соглашение
- Политика возмещения убытков
- И так далее...

Вот ссылка на сайт этого сервиса: <http://legalformsgenerator.com/>

Пожалуйста, имейте в виду: лично я не одобряю использование этих форм, так как предпочитаю пользоваться услугами адвоката. Вы должны сами **всё обдумать**, прежде чем принимать любые решения по использованию правовых документов на вашем сайте.

3) Третий вариант, которым вы можете воспользоваться – это просто скопировать откуда-то политику конфиденциальности для вашего сайта. Я не предлагаю, чтобы ваш сайт использовал формы, грубо изъятые из других сайтов, вовсе нет.

У некоторых людей есть примеры форм, которые вы можете использовать с их разрешения.

Опять таки, **это не наилучший выбор**, но если вы пока ещё не можете тратить деньги на должные правовые формы, тогда нет ничего плохого в размещении таких временных форм на вашу страницу, описывающую правовые вопросы.

Вот ссылка, по которой вы найдёте пример правовой формы, которой можно воспользоваться: <http://www.jensense.com/2008/03/05/adsense-friendly-privacypolicy-sample-for-adsense-publishers-to-use/>

Примечание: вы не защищены на все 100% до тех пор, пока адвокат не проверит вашу политику конфиденциальности, поэтому, если вы решите скопировать какой-либо пример, который даётся в интернете для бесплатного использования, делайте это на собственный страх и риск.

Страница «Вопросы и ответы» (опционально)

Некоторое время назад я начал добавлять на свои сайты страницу «Вопросы и ответы».

Для моего сайта о здоровье я добавил по одной такой станице для каждого серьёзного заболевания. У посетителей сайта часто возникают вопросы о том, что описано в темах ваших статей, они ищут советы и интересуются рекомендациями по какому-то конкретному вопросу.

(Я получаю по крайней мере 50 электронных писем ежедневно, касающихся моих нишевых сайтов).

Наличие страницы «Вопросы и ответы» помогает уменьшить количество таких писем и вопросов. Обеспечение ваших читателей ответами на часто возникающие вопросы будет с вашей стороны хорошим тоном.

На вашу страницу «Вопросы и ответы» должна вести ссылка со страницы «Наши контакты», чтобы посетители вашего сайта могли с ней ознакомиться перед тем, как писать на ваш e-mail.

Какие вопросы и ответы размещать на этой странице, полностью зависит от ниши вашего сайта. Для новых сайтов, возможно, стоит избегать размещения страницы «Вопросы и ответы» до той поры, пока вы на самом деле не начнёте получать письма с вопросами – в таком случае вы узнаете, в ответах на какие вопросы больше всего нуждается ваша аудитория.

Страница «Наши контакты»

Так же, как и мотивация, стоящая за страницей «О нас», целью простой и услужливой страницы «Наши контакты» является дать посетителям возможность связаться с вами по разным поводам:

- Вам нужна эта страница для получения **обратной связи** от ваших посетителей (хорошо для будущих идей по контенту).
- С вами могут связаться другие веб-мастера для обсуждения вопросов **по обмену ссылками**, а также те, кто желает разместить рекламу на вашем сайте (что может значительно увеличить ваш доход).
- Копирайтеры могут **предложить вам контент** по сходной цене. Многие начинающие копирайтеры ищут какие-то конкретные нишевые сайты для того, чтобы предложить свои услуги.
- Вас могут попросить сделать **обзор какого-либо продукта или сервиса**, имеющего отношение к тематике вашего сайта.
- И, наконец, больше всего мне нравится, когда мне пишут с предложением о размещении платных ссылок или баннеров на моём сайте. *Не упустите эти возможности, не имея страницы контактов на вашем сайте!*

Мои рекомендации по странице «Наши контакты»:

1) В верхней части этой страницы обязательно должен быть заголовок, указывающий брэндовое имя вашего сайта. Необходимо, чтобы имя вашего сайта сразу запоминалось вашим посетителям/клиентам.

Что-то вроде **«Пожалуйста, свяжитесь с владельцем сайта The Tea Report»** будет вполне подходящим заголовком для этой страницы.

2) Укажите адрес для писем, возможно, по причинам конфиденциальности, в виде почтового ящика. У меня нет реального доказательства, но **я всё же убеждён**, что

информация типа почтового адреса помогает сайту увеличить свою «авторитетность» у Гугла.

Возможно, что это всего лишь предположение, но **существует вероятность того, что поисковая машина Гугла исследует своими алгоритмами вещи наподобие почтовых адресов и использует их для позитивного эффекта в ранжировании.**

3) Укажите номер вашего телефона, желательно такого, который имеет автоответчик (нельзя заранее предугадать, что хорошего могут принести вам сообщения звонящих вам людей).

Опять таки, как и в случае с почтовым адресом, это может увеличить вашу авторитетность у Гугла. Однако истинной мотивацией, стоящей за размещением телефонного номера и голосовой почты, является возможность воспользоваться преимуществами тех позитивных предложений, по которым кто либо захочет с вами связаться (как упомянуто выше: **копирайтеры, веб-мастера, желающие обмениваться ссылками, рекламисты с предложениями разместить рекламу и т.п.**).

4) Всегда в этом разделе направляйте ваших посетителей на страницу «Вопросы и ответы». Часто вашим посетителям нужны ответы на какие-то базовые вопросы, которые вы легко можете им предоставить в «Вопросах и ответах».

Не каждое приходящее письмо требует вашего внимания. В некоторых письмах могут содержаться какие-то элементарные вопросы. Если ссылка на вашу страницу часто задаваемых вопросов будет стоять перед вашим e-mail адресом и номером вашего телефона, то **это поможет сохранить как ваше время, так и время посетителя вашего сайта.**

5) И самое главное – чаще проверяйте достоверность вашей контактной информации! Следите за тем, чтобы она была актуальной.

Иногда мы переезжаем или меняем наши номера телефонов и т.п., забывая обновить контактные данные, поэтому старайтесь, чтобы страница контактов вашего сайта не устаревала.

Страницы «Блог» и «Форум» (совершенно опционально)

Если вы захотите добавить на свой сайт блог или форум, то ссылки на них идеально впишутся в верхнее меню, как показано у меня.

Я бы даже не беспокоился о добавлении блога или форума, если не имеется возможности следить за контентом этих разделов, получать трафик или осуществлять ежедневный контроль над вашим форумом (**это нелёгкая работа – управлять форумом, когда он станет посещаемым**).

До настоящего времени я не устанавливал блоги на свои сайты, но многие большие авторитетные сайты это делают – имеют блог, показывающий сниппеты дополнительной информации, когда новая статья публикуется на главном сайте, когда появляется обзор нового продукта или же такой блог просто даёт возможность высказать персональные мысли.

По поводу **форумов**. Я сейчас нахожусь в процессе добавления форумов на 6 моих сайтов. Но делаю это, поскольку, на моё счастье у меня есть небольшой штат сотрудников, который сможет заниматься поддержкой этих форумов (заботиться о модерации, разбираться с проблемными пользователями и регистрационной информацией, и т.п.)

Не беспокойтесь по поводу добавления форума (или блога) на сайт в обозримом будущем! Подождите, пока у вас не появится значительный трафик и заработок, и только тогда делайте свой выбор. Выгоды от форума могут быть большими, но время, которое придётся на него тратить, может быть весьма значительным. Так что обдумайте все за и против, прежде чем бросится с головой в омут.

Страница «Товары»

Ещё одной опциональной страницей, которую я предпочитаю иметь на моих сайтах в настоящее время, является страница, которую я называю «товарной». Эту тактику я начал использовать несколько месяцев назад.

The screenshot shows the homepage of 'The Tea Report' website. The header features a glass of tea and the site title 'The Tea Report' with the tagline 'Tea Health, Stories, News & Information'. A navigation bar includes links to Home, About Us, Privacy Policy, FAQ, Contact Us, Blog, Discussion Board, and Products. A search bar is also present. The main content area is titled 'Recommended Tea Products: Approved By The Tea Report'. Below this, there is a paragraph explaining the purpose of the section and a link to a product page. The product page shown is for 'Avatrim', which is a weight loss supplement. It features a 'Limited Time Offer' of 2 FREE Bottles and includes a 'Click Here To Read More' link. The product page also displays a 'Green Tea for Weight Loss and Fat Burning?' banner and a 'How to Lose Weight and Increase Your Energy Naturally' section.

Целью товарной страницы является дать ссылки на все страницы с обзорами партнёрских продуктов, которые есть на вашем сайте.

По сути это как страница категории товаров и услуг.

И каждая из этих ссылок будет вести на полный обзор или страницу о товаре на вашем сайте.

Вам **НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ** связывать ваши партнёрские предложения подобным образом. Вместо этого, вы всегда можете просто дать на них ссылки с ваших статей, если это необходимо, но я хочу, чтобы вы серьёзно обдумали предлагаемый мною способ.

Зачем это нужно? Для увеличения продаж!

Хотя главным моих фокусом в плане монетизации является Адсенс, наличие страницы «Товары» позволяет моим посетителям легче находить эти предложения из статейных обзоров по всем партнёрским программам на моих сайтах.

Я не только пользуюсь SEO выгодами от получения дополнительного трафика на эти предложения (так как у каждого из них есть страница, посвящённая этому конкретному продукту), но это позволяет мне легче связать все мои предложения с помощью ресурсного отдела в конце моих статей.

И если какое-то предложение снимается или владелец партнёрского предложения меняет ссылку, то в таком случае **всё, что мне нужно сделать, так это только лишь изменить одну ссылку на одной странице конкретного предложения** – вместо того, чтобы искать сотни ссылок, разбросанных по всем статьям моего сайта.

Каждый раз, когда я нахожу для обсуждения новый продукт, я просто создаю его одностраничное обозрение и затем делаю ссылку на эту страницу со страницы «Товары», в том же стиле, что и моя главная страница.

Финальные советы по странице товаров

- Если вы не хотите делать индивидуальный обзор по каждому предложению, вы можете с этой страницы сделать ссылки для всех ваших товаров непосредственно на партнёрские предложения. Мне нравится первый способ, потому что я затем могу оптимизировать целую страницу со статьёй, тем самым создавая **больше возможностей для лучшего ранжирования и получения большего трафика на эту страницу**.
- Вы можете захотеть расположить на этой странице рекламу Адсенса. **Лично я этого не делаю**, но моё решение не базируется на каком либо тестировании или на чём-то подобном. Я просто думаю о своих посетителях. Если я говорю, что эта страница – перечень информации о товарах, то в таком случае это то, что я хочу дать моим посетителям.
- Для написания статьи о товаре просто примените один из шаблонов для статей из имеющихся в моей книге. Статьи для страниц товаров могут быть писаться в любом стиле, что делает их создание **очень лёгким**.

Глава 7:

планировка авторитетного сайта (часть 3)

Как оптимизировать ваши веб-страницы

- SEO для страниц сайта: перечень необходимых вам оптимизаторских терминов.
- Тег заголовка.
- Мета-тег Description.
- Мета-тег Keywords.
- Мета-тег Robots (No-Follow).
- Теги хэдера (H1 - H2 – H3 и т.д.).
- Добавление изображений к вашим статьям (а также тега Alt).
- Финальный совет: руководство по плотности ключевиков (в вашем контексте).

SEO для страниц сайта: перечень необходимых вам оптимизаторских терминов

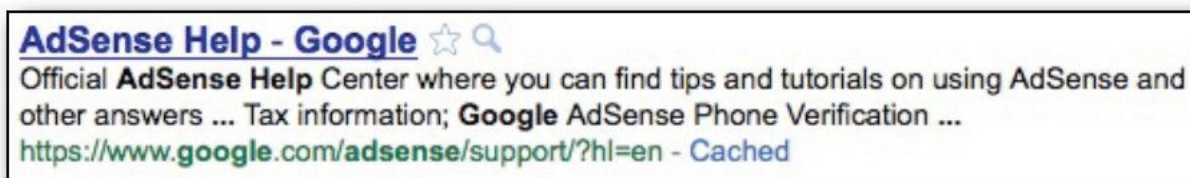
Чтобы закончить разделы по планировке сайта, я решил дать вам простой набор инструкций, выполнение которых обеспечит вашим веб-страницам **полную оптимизацию** для поисковых машин.

Эти инструкции были основой базовой страничной оптимизации на протяжении уже нескольких лет, поэтому очень важно, чтобы вы придерживались этих указаний для каждой страницы, публикуемой вами онлайн.

Для того, чтобы ваш сайт был полностью оптимизированным, вам необходимо охватить следующие области сайта.

- Тег заголовка
- Мета-тег Description
- Теги ключевых слов
- Теги хэдера (H1, H2 и т.д)
- Ссылки изображений
- Выделенные жирным ключевики

Тег заголовка



Я рассматриваю тег заголовка первым в этой главе, так как я абсолютно убеждён в том, что размещение нужного вам ключевого слова в теге заголовка является одним из наиболее важных факторов, который необходим вашим страницам для того, чтобы хорошо ранжироваться.

На самом деле, создавая должный тег заголовка для каждой публикуемой вами страницы, вы шлёте Гуглу ясное и понятное ему послание, гласящее: **«Вот он я и вот то, о чём моя страница, пожалуйста, дайте мне соответствующие позиции в выдаче...»**.

Информация тега заголовка является одним из источников, по которому Гугл определяет наличие дублированного контента на вашем сайте (о чём забывают 99% веб-издателей!). По этой причине нельзя, чтобы теги заголовков у ваших страниц были одинаковыми, иначе эти страницы попадут в **дополнительный индекс**.

Ниже приведено всё, что вам нужно знать о том, как лучше обращаться с тегами заголовков:

- 1) Составляйте короткие и точные теги заголовков. Длинные теги заголовков снижают рейтинг кликов вашего сайта из-за более низких позиций в поисковых системах, в то время как **короткие заголовки** являются более убедительными в этом плане.
- 2) Теги заголовков не должны рассматриваться в качестве своего рода краткой информации о вашем сайте. Исходя из моего опыта и профессионального мнения, лучше всего создавать **не-информативный** тег заголовка для всех ваших страниц.
- 3) Используйте **вертикальную черту** или **тире** в вашем теге заголовка для того, чтобы разделять дополнительные ключевые слова, используемые вами. Я лично предпочитаю использовать вертикальную черту.
- 4) Никогда не повторяйте несколько раз **одно и то же ключевое слово** в теге заголовка. Нет вообще никакой необходимости включать туда главный ключевик вашей страницы. На самом деле, это может только навредить вашему сайту.
- 5) Я рекомендую вам использовать максимум **60-70 символов** в вашем теге заголовка. Лучше меньше. Всё равно Гугл показывает только его часть, поэтому лучше выразить вашу фразу как можно короче.
- 6) Очень важно избегать повторения тегов заголовка на вашем сайте. Даже похожие теги заголовка могут быть приняты Гуглом за дублирование контента и привести к понижению ваших позиций в выдаче.
- 7) Некоторые примеры тегов заголовка могут быть следующими:
 - **Как приготовить индейку** *(только главный ключевик, без использования второстепенных ключевых слов)*
 - **Выгоды зелёного чая | похудание** *(главный ключевик плюс один второстепенный поддерживающий ключевик)*
 - **Как организовать кабинет | видео организации | хранение** *(главный ключевик плюс два поддерживающих ключевика)*
 - **Сбрасывайте вес быстро | сжигайте жир | упругий живот** *(главный ключевик плюс три поддерживающих ключевика)*

Мета-тег Description

AdSense Help - Google

Official AdSense Help Center where you can find tips and tutorials on using AdSense and other answers ... Tax information; Google AdSense Phone Verification ...
<https://www.google.com/adsense/support/?hl=en> - Cached

Ваш мета-тег Description (описание) является кратким выражением содержания вашей страницы. Он обеспечивает **при поиске в сети быстрое ознакомление** с материалами вашей страницы. Я советую следовать следующему:

- Лучше всего делать описание длиной **менее чем 175 символов** (это моё личное мнение). Больше всего бросается в глаза при поиске ваш тег заголовка, поэтому делайте ваше описание **коротким**.
- Считайте, что мета-тег Description является небольшой рекламой, которую вы можете использовать для привлечения посетителей на свою страницу. Потратьте дополнительное время, чтобы написать её соответствующим образом.
- Если вы не заполнили этот мета-тег, то в таком случае Гугл автоматически найдёт соответствующий текст на вашем сайте. Старайтесь, чтобы этого не происходило.
- Для помощи в написании вашего описания **посмотрите на рекламные объявления Адвордс**. Они являются самыми лучшим «описаниями», которые вы можете найти для того, чтобы написать аналогично свой собственный текст.
- Никогда **не наполняйте ключевиками** ваш мета-тег Description. Это не только плохая практика, но это также может быть расценено как спам и в конечном итоге может повредить позициям, занимаемым вашим доменом в поисковой выдаче.

Мета-тег Keywords

```
<meta name="keywords" content="green tea extract benefits of green tea extract side effects">
```

Не стоит слишком беспокоиться о мета-теге Keywords, просто заполните его. Когда-то Гугл использовал информацию из этого мета-тега для быстрого ранжирования сайтов, но очень скоро этим мета-тегом стали злоупотреблять спаммеры, вписывая туда всякий мусор.

В настоящее время Гугл практически игнорирует эту часть сайта. Однако Yahoo и Bing всё ещё используют её. Как долго ещё обе эти поисковые системы будут продолжать использовать этот мета-тег для какого-то способа оценки при ранжировании – я не могу сказать.

Так зачем же использовать этот мета-тег, если Гугл его игнорирует? Всё же это стоит делать. И для этого следуйте этим советам:

- Не используйте ваш главный ключевик в этом мета-теге (**ваши конкуренты воруют их отсюда**).
- Добавляйте в список ключевики, связанные с нишей.
- Не используйте больше, чем **8-10** фраз.
- Чтобы найти идеи для этого мета-тега, **посмотрите, какие ключевые слова используют сайты, находящиеся в топе**.
- Наконец, используйте **различные наборы ключевиков** для каждой страницы (не допуская дублирования).

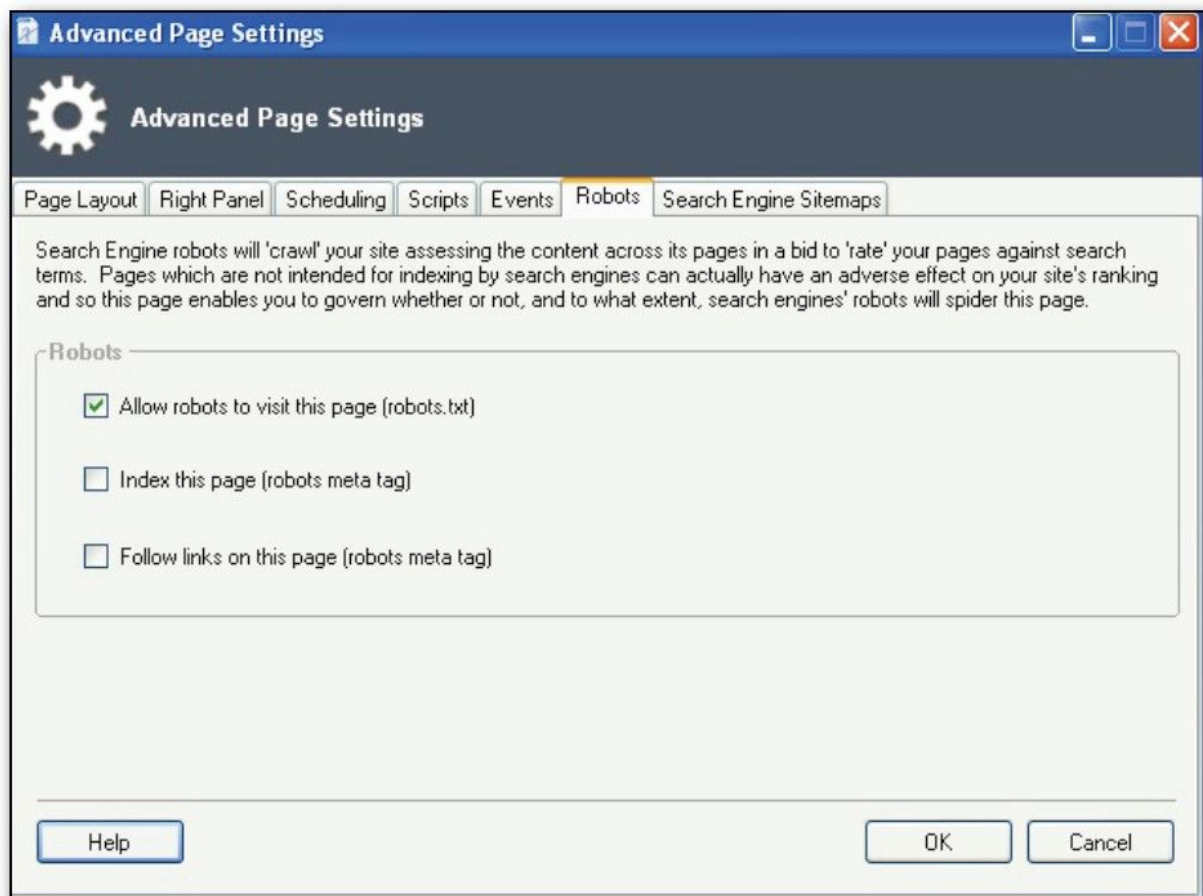
Мета-тег Robots (No-Follow)

Хотя это краткое упоминание использования тега «no follow» является более или менее уроком по внутренней перелинковке, мне кажется, что лучше всего обсудить его в терминах ваших страничных факторов, так как это внешняя установка для **конкретных страниц** вашего сайта.

Для тех из вас, кто не уверен в том, что такое тег «no follow», скажу, что это небольшой кусок кода, который говорит Гуглу не индексировать вашу страницу.

Нет необходимости в индексации функциональных страниц – **«других» страниц, о которых мы уже говорили: О нас, Контакты и т.п.**

Для того, чтобы не индексировать эти страницы, в моей программе для построения сайтов (XsitePro) есть **функция, позволяющая одним кликом** сделать это для каждой страницы:



Теги хэдера (H1 - H2 – H3 и т.д.)

Теги хэдера не представляют никакой сложности, просто старайтесь делать их как можно более короткими. Вы наверняка уже знаете, что вписывать в тег хэдера заголовок вашей статейной страницы **необходимо всегда**.

Всегда делайте заголовок вашей статьи в **теге H1**. Вам может понадобится тег H2 для подзаголовка, и, скорее всего, никогда не возникнет необходимости в теге H3 (не используйте теги H3).

Предупреждение: никогда не используйте больше одного тега H1 на ваших страницах. Это вроде как сказать Гуглу, что у вашей страницы, как у журнальной статьи, есть два главных заголовка (что не имеет смысла).



Если у вашей статьи есть подзаголовок (как на нижнем скриншоте), то в таком случае вам нужно будет поставить этот **подзаголовок** в теге H2. Если у вас нет подзаголовка, как на моём примере выше, то в таком случае не ставьте тег H2 на свою страницу.

Это очень просто – нет необходимости использовать все H-теги просто ради них самих.



Добавление изображений к вашим статьям (а также тега Alt)

Всякий раз, когда вы хотите включить изображение на страницы ваших статей, делайте это!

Изображения являются не только признаком качества для тех, кто посещает ваш сайт, они также дают шанс получить некоторую пользу от внутренних ссылок вашего сайта. Например, ниже показан пример моей статьи, **в которую добавлено изображение в правой её части.**

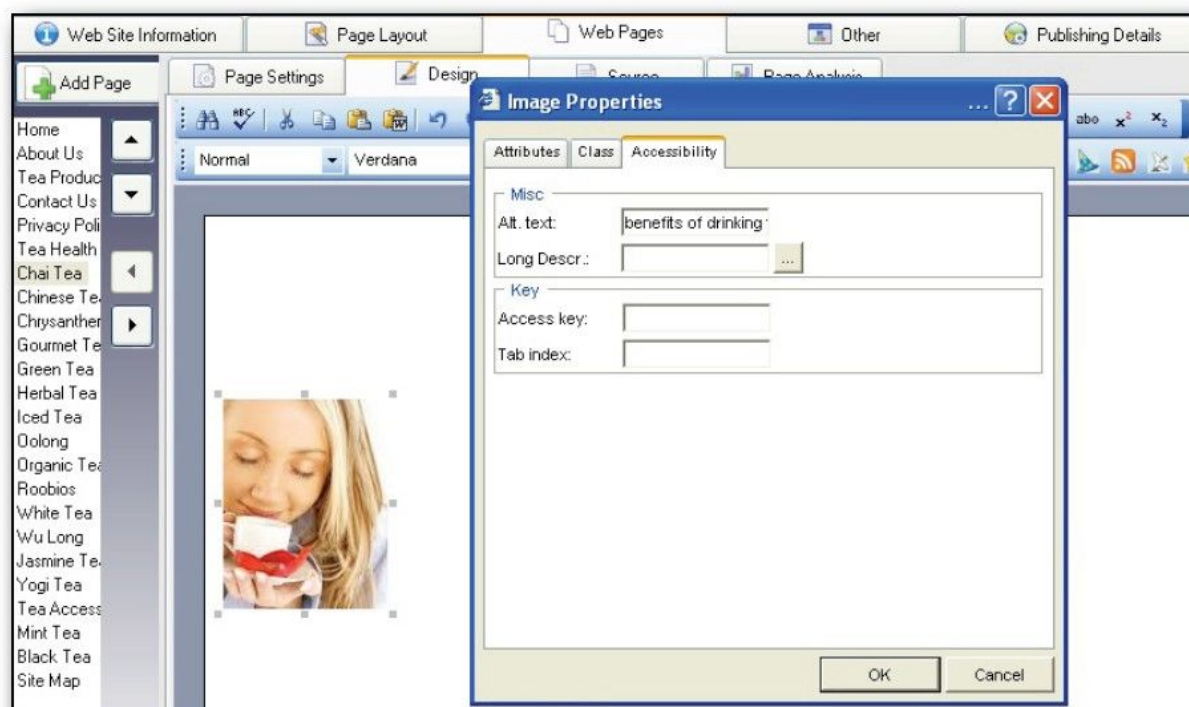
Предупреждение: пожалуйста, старайтесь размещать изображения подальше от ваших объявлений Адсенса, если у вас нет чёткой разделительной линии. Когда-то было допустимым использовать изображения прямо возле этих объявлений, но

теперь правила изменились и ваш экаунт в Адсенсе может быть забанен при неправильном применении изображений.



Опять таки, я использую для создания моих сайтов XsitePro и это делает очень простым добавление тега «alt» ко всем изображениям.

Я просто делаю правый клик по изображению и затем вписываю ключевик в соответствующее поле, как показано на скриншоте ниже:



Финальный совет: руководство по плотности ключевиков (в вашем контексте)

Плотность ключевых слов основана на процентном отношении того, сколько раз вы используете конкретный ключевик в вашем контексте (главный ключевик для конкретной веб-страницы).

Общая плотность ключевых слов вашего контента не включает те ключевики, которые содержатся в мета-теге Description, теге заголовка, тегах Alt и т.п. Также не включаются в общую «плотность» ключевики, находящиеся справа и слева в ваших навигационных меню (если у вас они есть с обеих сторон), всё в верхнем меню и в футере («подвале») сайта (если у вас есть футер).

Вот мои рекомендации для вас, основанные на результатах моих тестов и наблюдениях за успехами моих авторитетных сайтов:

- 1) Используйте главный ключевик в заголовке **только один раз**.
- 2) Используйте главный ключевик **один раз** в вашем теге H1.
- 3) Используйте главный ключевик **один раз** в вашем урле (URL).
- 4) **Выделяйте** ключевик **жирным текстом** по крайней мере **один раз** (я предпочитаю делать это один раз в первом параграфе).
- 5) Если вы измеряете плотность, старайтесь делать её от 2% до 7% (**я не занимаюсь измерением этого у себя**).

Глава 8:

продвижение сайта авторитетным способом (часть 1)

Ускоренный курс по бэклинкингу

- Ускоренный курс по бэклинкингу (получению ссылок на ваш сайт): подтягивая вас к должному уровню.
- Урок (1) Почему Гугл держит нас в неведении: краткая история.
- Урок (2) Ссылки – ключ к успеху.
- Урок (3) Успешная ссылочная формула для сегодняшнего Гугла (и для завтрашнего тоже).
- Урок (4) Правильный тематический текст анкера (у вас есть 3 варианта).
- Урок (5) Сайты, с которых вы получаете ссылки (у вас есть 3 варианта).
- Урок (6) Важно: контролируйте скорость получения ссылок (ссылочную скорость).
- Урок (7) Секреты, стоящие за «самыми лучшими ссылками», которые вы можете получить.

Ускоренный курс по бэклинкингу (получению ссылок на ваш сайт): подтягивая вас к должному уровню

То, что вы собираетесь изучить в этом разделе моего учебного курса, поднимет ваши знания на значительно более высокий уровень по сравнению с уровнем той противоречивой информации, что распространяется в виде слухов по форумам и в большинстве электронных книг. Это касается того, что собой являют ссылки, как они работают и на что обращает внимание Гугл, когда дело касается качества ссылок, идущих на ваш сайт.

И всё это изложено мною для вас менее чем на 10-ти страницах.

Следует быть реалистами: знания SEO и информация по бэклинкингу, о том, какие изменения там происходят и т.п. не являются чем-то, что можно преподнести на блюде.

Поэтому, хотя этот мой ускоренный курс представляет, по моему мнению, всё, что вам необходимо знать для того, чтобы начать свой бизнес правильным образом – правда состоит в том, что **это обучение будет продолжаться всегда**.

Примечание: у меня есть более 50-ти страниц заметок по бэклинкингу и данных экспериментов, собранные мною на протяжении периода тестирования. Я делюсь с вами этими заметками в предстоящих выпусках «Xfactor Adsense Files», в разделе загрузок для зарегистрированных пользователей.

Для того, чтобы сделать этот раздел как можно более простым, я употребляю в нём как можно меньше профессиональных терминов. Вы получите базовое понимание бэклинкинга и приобретёте способность разумно подходить к планированию того, что касается продвижения ваших новых сайтов.

Вы приобретёте уверенность в вашей работе по получению входящих ссылок, которые нужны вам для того, чтобы все ваши страницы **с течением времени** заняли необходимые позиции в Гугле. Вместе с высокими позициями страниц приходит трафик, а трафик даёт клики Адсенса (и достаточное их количество для получения 6-ти значного ежегодного дохода).

Я попытаюсь сделать этот раздел как можно более простым, хотя правда состоит в том, что все вопросы, относящиеся к ссылкам, в современных поисковых системах могут быть очень сложными.

Возможно, это наиболее запутанный аспект деятельности веб-мастеров и контент-издателей!

Я и сам не настолько продвинут в этой сфере, однако то, чего мне не хватает в плане технических навыков, я пытаюсь компенсировать рабочей этикой и желанием делать всё должным образом.

Из-за такого характера я развил уверенность в себе, делая что-то для своего бизнеса **КАЖДЫЙ ДЕНЬ**. Вам следует сделать то же самое, в особенности, когда это касается получения качественных ссылок для продвижения ваших сайтов.

Прежде всего, я собираюсь обучить вас всему, что вам необходимо знать о бэклинкинге с точки зрения веб-издателя.

Урок (1)

Почему Гугл держит нас в неведении: краткая история

Большинство из вас, кто уже давно участвует в игре, называемой оптимизацией в поисковых системах, знает это, но для всех других, которые всё ещё ошарашены следующими загадками...

- Почему так тяжело бывает добиться хороших позиций для сайтов...
- Почему Гугл всё время «тасует» выдачу...
- Почему позиции достигаются и исчезают, сайт выпадает и т.д. ...

...в таком случае прочтите следующие короткие параграфы внимательно для того, чтобы понять цель Гугла.

Существует только одно достоверное объяснение (с которым я полностью согласен):

Гугл никогда не раскроет никому из нас верных методов для получения наиболее релевантного ранжирования (в любом поисковом запросе).

Если бы он это сделал, то тогда интернет снова стал бы таким, каким он был в конце 90-х и даже в начале 2000-х: **спаммеры, порносайты и всё такое подобное было бы в верхней десятке всех поисков.**

Это именно то, что происходило в индексе Гугла в те времена.

Проблемой были не только сайты, не имеющие отношения к той информации, которую вы хотели найти, но и то, что были созданы программы для граббинга контента, которые в течении минут делали из этого грабленного контента сайты на десятки тысяч страниц, плодившиеся в сети как тараканы.

Гугл затем сказал: *«пусть будут ссылки и пусть эти ссылки считаются как «голоса» при определении позиций сайтов».*

Так была рождена система для подсчёта ссылок, входящих на сайты, в качестве **грубой разновидности системы голосования**, что было шагом в правильном направлении для того, чтобы помочь поисковым машинам лучше представить наиболее релевантные и «важные» результаты по поисковым запросам.

А, скажете вы – так значит, входящие ссылки стали той полностью защищённой системой, при которой только самые лучшие сайты с наиболее таргетированной информацией получают хорошие позиции, правильно?

Да, на некоторое время. Как только веб-мастера поняли, что всё дело в получении большего количества ссылок от страниц с высоким значением PR (Page Rank), то следующей волной было «получить как можно больше входящих ссылок из всех возможных мест».

Таким образом, основанная на ссылках система голосования, запущенная Гуглом, **начала становиться ещё одной игрой, которую спамеры могли легко выиграть.** До наших дней практически любой инструмент, автоматизированные

программы или некачественные методы для получения ссылок имеют источником своего появления те ранние дни использования спамных методов.

Примечание: теперь вы понимаете, почему Гугл никогда не будет раскрывать свою «формулу алгоритма» каждый раз, когда она меняется? Его интерес в том, чтобы не дать возможности обыграть систему, чтобы честные веб-издатели вроде вас и меня могли обеспечить людей тем, в чём они нуждаются.

Конечно, это означает, что мы должны будем работать напряжённее над такими вещами, как качественный контент и получение качественных ссылок. В то же время хорошей новостью является то, что ваши сайты и веб-страницы будут более устойчивыми в выдаче и вы сможете получать высокие позиции, трафик и доходы от Адсенса – всё это из бесплатного трафика поисковой системы.

Выгода находится прямо перед вашими глазами: **всё это сумасшествие Гугла является ХОРОШЕЙ НОВОСТЬЮ ДЛЯ ВЕБ-ИЗДАТЕЛЕЙ.**

Многие онлайн-бизнесмены, которых я знаю, бывают постоянно расстроенными, скулящими или напуганными тем, что на Гугл нельзя положиться. Все, кто попадает под эту категорию, просто лишают себя шанса и упускают позитивную сторону, стоящую за всем этим:

Примете эту установку (и можете меня цитировать):

«Чем больше Гугл изменяет свои алгоритмы, чтобы избавиться от спамеров и не допустить их игр с системой – тем легче нам, веб-издателям, работающим «белыми методами», получать позиции в выдаче для нашего оригинального контента и зарабатывать деньги!»

- Джон Джеймс Робинсон (Xfactor)

Урок (2)

Ссылки – ключ к успеху

Адсенс может быть очень трудным бизнесом для большинства людей, так как они не до конца осознали тот факт, что успех любого веб-сайта зависит от множества факторов, **работающих одновременно.**

Можно с ума сойти, когда думаешь обо всём этом:

- Прежде всего, вам нужна ниша, интересная людям: **пропустите этот шаг и вы не будете зарабатывать достаточно, чтобы это оправдало ваше время и усилия.**
- Кроме того, у вас должны быть правильные ключевые слова: **если вы не сделаете исследования по ключевым словам, то независимо от того, насколько хороша выбранная вами ниша, вы не добьётесь успеха.**

- Далее встаёт вопрос о качественном контенте: **если у вас не будет тематического контента, вы будете очень сильно ограничены в своих возможностях.**
- Это ещё не всё. Вас всё ещё может постигнуть неудача – потому что дальше вам нужно построить сайт, удобный для посетителей и в то же время отвечающий базовым принципам SEO: **если вы упустите SEO, то вам несдобровать.**
- И, наконец, вы можете сделать ВСЕ ВЫШЕИЗЛОЖЕННЫЕ ШАГИ ПРАВИЛЬНО, но проиграть битву за продвижение сайта (с помощью ссылок). Большинство людей проигрывают игру по получению ссылок, делая всё в спешке и скопом – что ничем не помогает для долгосрочных усилий по улучшению позиций сайта.

Подводя черту:

Успех и доходы вашей модели публикации контента зависят от каждого из факторов, перечисленных выше, гармонично сосуществующих.

После всего вышесказанного есть и хорошая новость. Она состоит в том, что если вы проделаете даже не очень удачную работу со всем перечисленным выше (не очень популярная ниша, плохой подбор ключевиков, плохо написанный контент, запутанный дизайн сайта и т.д.), но получите входящие ссылки правильного типа – **ваш плохонький сайт потенциально может ранжироваться очень хорошо.**

Поэтому, если бы мне пришлось выбрать только ОДИН раздел контентной публикации в качестве КЛЮЧЕВОГО МОМЕНТА, то это были бы **входящие ссылки.**

Если суммировать всё, что вам нужно для получения быстрого и стабильного ранжирования для ваших веб-страниц, то мы будем иметь следующее:

- 1) Большое количество входящих ссылок, идущих на ваш сайт (полученные постепенно с течением времени).
- 2) Эти ссылки должны быть максимально высокого качества.
- 3) Все ссылки должны быть как можно лучше структурированы.
- 4) Обязательным условием является разнообразие ссылочных источников.
- 5) И, с течением времени, чем больше у вас будет устойчивых ссылок, тем более стабильным будет становиться ваше положение в выдаче.

Урок (3)

Успешная ссылочная формула для сегодняшнего Гугла (и для завтрашнего тоже)

Так какова же формула успеха для сегодняшнего Гугла?

Прежде всего, если мы не можем больше «обыграть систему», тогда почему на рынке продаётся так много «инструментов для бэклинкинга»?

Почему все «гуру» на сео-форумах убеждают людей, что больше всего значит пэйджрэнк (PR) или что для успеха вам нужно получить «10 000 ссылок» за пару дней.

Почему вы получаете советы тратить ваше время на некачественные ссылки с форумных профилей, ссылочных сеток и пустых блоговых платформ?

Ответ: чтобы заработать на вас деньги, основываясь на вашем настрое на быстрый успех.

Я должен сказать, что **реальная правда, стоящая за успешными Адсенс издателями (такими как я), не имеет ничего общего с тем, чтобы пытаться обыграть Гугл или получать спамные ссылки на автомате с тысяч сайтов.**

Вам нужна формула успеха для создания успешных компаний по получению ссылок?

Вот она.

Современный Гугл поумнел до такой степени, что практически невозможно получить позиции сайта без правильной комбинации следующих принципов:

- 1) Хорошо тематизированный и оригинальный контент, базирующийся вокруг того, что ищут люди (и о чём они хотят рассказать другим).
- 2) Постоянный поток ссылок от качественных ресурсов, который не кажется «принудительным» или «манипулятивным».
- 3) И, самое важное, эти ссылки также должны базироваться вокруг той же темы контента, на которую они ведут в вашем сайте.

Примечание: совет пункта 3 отличается от того, что говорилось в руководстве по ссылкам в моём старом курсе (в моём учебном курсе по микронизмам в Адсенсе). Я продолжаю рекомендовать тот метод несвязанного статейного маркетинга для небольших, незаметных ниш, в которых нет конкуренции (так как всё это вполне может работать), но для действительно долгоживущих, больших по размеру и приносящих большой доход сайтов всегда используйте ссылки с ресурсов с такой же тематикой (о чём мы поговорим позже).

Урок (4)

Правильный тематический текст анкера (у вас есть 3 варианта)

Самые влиятельные ссылки получаются с веб-страниц, которые высоко ранжируются, на 100% связаны с темой вашей собственной страницы и которые имеют **ТОЧНЫЕ слова анкорного текста** того ключевого слова, по которому вы продвигаетесь.

Вариант (1): «Средство против выпадения волос»

Например, если моим главным ключевиком на моём сайте является «средство против выпадения волос», то ссылка №1, которую я, возможно, хотел бы получить, была бы с веб-страницы, которая высоко ранжируется по запросу «выпадение волос» и имеет тот же анкорный текст ключевого слова «средство против выпадения волос».

Вроде этого:

*«Посетите этот сайт для того, чтобы узнать, какое ещё есть **средство против выпадения волос**, предлагаемое мужчинам сегодня.»*

Обратите внимание, что ваша точная фраза, «средство против выпадения волос» имеет гиперссылку на ваш сайт. Это идеальный вариант.

Вариант (2): «Тра-та-та средство против выпадения волос тра-та-та»

Некоторые ссылки могут иметь одно или больше дополнительных слов в гиперссылке, как здесь:

*«Посетите этот сайт для того, чтобы узнать, **какое ещё есть средство против выпадения волос, предлагаемое мужчинам** сегодня.»*

Это тоже нормально. Пусть это и не самый лучший вариант, который я бы хотел иметь, но всё же он мне подходит.

Вариант (3): «Кликните здесь» или «Перейдите сюда» или «Вот ссылка»

И, конечно же, существуют типичные «перейдите сюда» или «кликните здесь» анкорные текстовые ссылки, совершенно не имеющие ключевой релевантности. Они далеки от идеала, но, в случае, *если они идут с веб-страницы, действительно релевантной вашей собственной контентной странице, то это лучше, чем ничего.*

Пример:

*«Посетите этот сайт для того, чтобы узнать, какое ещё есть средство против выпадения волос, предлагаемое мужчинам сегодня: **кликните здесь**».*

Урок (5)

Сайты, с которых вы получаете ссылки (у вас есть 3 варианта)

В этом уроке я коротко расскажу о «лучших сайтах», с которых вы можете получить ссылки, в порядке от абсолютно лучших до не настолько хороших:

Вариант (1): сайты с высокими показателями, соответствующие теме ключевого вашего собственного сайта (самый лучший вариант).

Я уже объяснял, что когда вы получаете ссылку на ваш сайт, то «самая лучшая ссылка» будет с авторитетного сайта, который имеет хорошие позиции по тем же самым ключевикам, по которым вы проводите оптимизацию, а страница со ссылкой имеет такую же тематику и такой же главный ключевик, как и контент вашей страницы.

Это можно считать лучшим вариантом ссылочного ресурса – если ссылка идёт с сайта, который высоко ранжируется по тому же самому ключевику и имеет контент по той же тематике.

Примечание: ещё раз напоминаю, что такие ссылки трудно получить, но оно того стоит – даже по одной такой ссылке в месяц!

В случае моего примера о потере волос (hair loss remedies) это могут быть следующие сайты:

hairparlor.com
sainherb.com
thehairlossguide.com
hairlossguru.com
familydoctor.org
nisim.com
regrow-hair.org

Несмотря на то, что такие ссылки труднее всего получить, они дадут самую большую выгоду.

Вариант (2): сайты, имеющие «разделы», которые ссылаются на вас со страницы, подходящей по теме (например, статейные директории).

Если бы выбор был за мной и он происходил бы в идеальном мире, то 100% моих ссылок были бы от топовых сайтов моей нишевой темы. Однако это несбыточная мечта любого из нас.

Поэтому следующим лучшим выбором (и таким, что я применял почти для всех моих компаний по получению ссылок) будет получение ссылок со страниц, которые могут не совсем соответствовать вашей тематике, но могут быть где-то релевантными ей.

Например, все веб-сайты, имеющие какое-то отношение к «выпадению волос» (в моём примере) можно считать таким типом сайтов. Также любые директории, где возможно проставление ссылок (наподобие статейных директорий), тоже относятся к этому типу.

Например, у меня есть много статей по теме выпадения волос, размещённых на десятках статейных директорий, но единственная релевантная тема, соответствующая тематике моего сайта, есть на этих сайтах только в разделе «выпадение волос».

Вариант (3): сайты, не имеющие никакой релевантности и имеющие мало значимости (большинство из вас получают ссылки именно с таких сайтов).

Я думаю, вполне можно заявить, что 99% ссылочных методов, которым учат сегодня, сконцентрированы на количестве получаемых ссылок в ущерб их качеству.

И это печально.

Новички приходят в возбуждение, когда слышат о том, что можно получить «тысячи ссылок за неделю», пользуясь специальными инструментами или участвуя в программах по обмену ссылками.

На самом деле, некоторые люди неплохо зарабатывают, запрашивая где-то от 47 долл. до 200 долл. В МЕСЯЦ за размещение ваших ссылок на различных низкокачественных блогах и сайтах, которыми они же и владеют.

Примечание: примите во внимание, что я не отвергаю полностью таких методов. Я действительно использовал их на некотором этапе в последние полтора года для целей тестирования различных программ по получению ссылок, что меня просили сделать многие из вас. И, конечно же, результат всегда был одинаковым: бесполезно потраченные усилия на страницы, которые на самом деле нуждались в ссылках гораздо лучшего качества.

Возникает вопрос. Если эти программы ничего не стоят в плане получения долгосрочных результатов, тогда почему они, как кажется, дают результаты у многих из тех, кто ими пользуется?

Ответ очень простой:

Эти программы и методы **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** работают у многих, потому что ключевики, которые они продвигают, заняли бы позиции сами по себе.

Было бы довольно забавным посмотреть на то, как эти программы могли бы помочь в достижении топовых позиций, но в реальности вовсе не программы способствуют такому успеху. Это получается благодаря выбору ниши с очень низкой конкуренцией ключевиков, **в которой успех достигается с применением небольшого количества нерелевантных ссылок.**

Объяснив всё это, спросим, существуют ли выгоды от получения нерелевантных ссылок от низкокачественных ресурсов?

Конечно же, они есть!

Только не следует работать лишь этим методом, получая ВСЕ ваши ссылки с подобного рода ресурсов. И для того, чтобы увеличить эффективность ссылок, по крайней мере прилагайте дополнительные усилия по установке точных ключевых фраз, по которым вы продвигаете сайт, в текст гипер-ссылок (как объясняется выше).

Урок (6)

Важно: контролируйте скорость получения ссылок (ссылочную скорость)

Это ещё один важный пункт, который может предохранить ваш сайт от попадания в «песочницу» или защитить от подозрения в использовании спамных методов.

Мне не нужно, чтобы вы сильно углублялись в тему ссылочной скорости, так как в ней всё довольно просто. Вот вам чёткие рекомендации:

- **Разумно распределяйте ваши входящие ссылки:**

Всегда старайтесь получать одинаковое число ссылок за каждый день (или за каждые несколько дней), распределённое по периоду получения ссылок.

В таком контроле и состоит понятие ссылочной скорости.

Вы, конечно же, слышали о тех веб-мастерах, чьи сайты потеряли свои позиции или попали в «песочницу» Гугла. Часто владельцы таких сайтов ставили на них ссылки тысячами в течении недели, затем ничего не делали в течении следующих нескольких недель, затем снова тысячи ссылок, затем снова ничего не делали и т.д.

И эти ссылки чаще всего имели очень низкое качество.

- **Если вы вынуждены пользоваться программами для получения ссылок, то в таком случае старайтесь использовать их по расписанию:**

Так как я могу строить мой собственный бизнес, основываясь только на своём мнении, то я не ожидаю, что вы тоже будете слепо следовать за мной. Это означает, что многие из вас всё равно будут использовать программы для бэклинкинга или инструменты для МАССОВОГО получения ссылок.

Это ваш выбор и поэтому я никогда не буду вмешиваться в то, как вы будете использовать эти вещи.

Если вы всё-таки планируете использовать какие-либо методы, приносящие ссылки быстро и в большом количестве, старайтесь распределять скорость их получения в используемой программе, сервисе или инструменте.

Например, существует прекрасный инструмент, который называется Article Marketing Robot. Этот инструмент проводит массовые публикации в статейных директориях, которые могут повредить вашему сайту, если вы делаете это одномоментно. Однако в этой программе также имеется возможность её работы по расписанию, что распределяет скорость размещения ваших массовых публикаций по времени.

Поэтому прислушайтесь к моему совету, используйте функции работы по расписанию в программах по бэклинkinгу, если вам никак не обойтись без использования таких программ. И если вы нанимаете кого-то для выполнения этой работы за вас, требуйте того же – как можно более равномерного распределения скорости поступления входящих ссылок!

- **Мой последний совет по скорости наращивания ссылочной массы будет касаться создания плана ваших действий:**

Когда вы создаёте ваш индивидуальный план действий (о котором я скоро расскажу), распределяйте равномерно вашу работу по получению ссылок.

Другими словами, не надо сначала тратить 2 недели на статейный маркетинг, затем 2 недели на комментирование блогов, затем следующие 2 недели на сайты, содержащие полезные советы.

Вместо этого, попытайтесь скомбинировать всё это так, чтобы вы могли одновременно работать с как можно большим количеством методов и таким образом помочь в создании ровного потока входящих ссылочных ресурсов на ежедневной или еженедельной базе.

Урок (7)

Секреты, стоящие за «самыми лучшими ссылками», которые вы можете получить

Методом проб и ошибок я находил самые действенные ссылки, которые можно только найти, для того, чтобы мой сайт занимал высокие позиции в Гугле, и что ещё важнее – чтобы он имел возможность сохранить эти позиции в предстоящие годы.

Однако это очень трудно делать постоянно. Вот почему я называю это «уроком», а не чем-то таким, на что вы можете опереться, просто потому, что очень нелегко получать ссылки с сайтов других крупных веб-издателей.

Моим советом для вас будет всегда помнить об этой тактике «самых лучших ссылок», когда вы будете знакомиться с другими методами в следующей главе, так как качество решает всё, когда это касается получения входящих ссылок.

Лучшей ссылкой, полученной вами, которая превзойдёт по эффективности 20 000 ссылок плохого качества, будет такая:

А) Ссылка, окружённая текстом (контентом), который соответствует тематике вашей собственной странице, на которую эта ссылка ведёт.

Б) Источником такой ссылки должен быть сайт, занимающий высокие позиции по вариациям этого ключевого слова.

Я вскоре объясню эту стратегию, поскольку я должен добиться того, чтобы вы поняли, почему получение источников, ссылающихся на контент вашего сайта

должно быть приоритетом №1 для всех авторитетных сайтов, которые вы будете создавать.

Это всё относится к тематичности – как по отношению контента вашего сайта и его структуры (что мы уже осветили), так и по отношению того, откуда идут ссылки на вас.

К настоящему моменту вам, наверное, уже надоело слово «тематичность», которое я без конца использовал на протяжении всего этого учебного курса, особенно, когда это относилось к контенту вашего сайта.

Однако то же самое можно сказать, когда речь идёт о вашей стратегии получения ссылок: *о чём бы ни был контент вашего сайта на конкретной веб-странице, эта же тема должна соотноситься с входящими ссылками, которые вы привлекаете.*

Одна такая ссылка является более действенной, чем 20 000 низкокачественных ссылок от социальных закладок, сеток сайтов, статейных директорий и любых других ресурсов, тематически не связанных с вашим сайтом и не занимающих высокие позиции в поисковых системах.

Другими словами, самым лучшим сценарием будет получить по одной ссылке от 20 сайтов, присутствующих в Гугле и связанных с ключевым термином, по которому вы стараетесь занять позиции.

Это не только поднимет ваши позиции за рекордное время, но также может помочь вам занять место в топовой десятке выдачи по какому-либо конкурентному термину (я не говорю здесь о простых вещах, наподобие микронизишевых ключевиков).

Однако, получение ссылок с сайтов, которые высоко ранжируются, является нелёгкой задачей. У меня лично были страницы, занимающие первые, вторые и третьи места по многим ключевым терминам, связанным со здоровьем, для чего мне понадобилось от полугода до 2 лет. И вам стоит поверить, что я очень внимательно смотрю, на кого я ставлю ссылку (*бывало, что я получал запросы на покупку ссылок со страниц моих сайтов по цене в тысячи долларов и отклонял их*).

- Если так трудно получать ссылки от сайтов, занимающих высокие позиции, то в чём же состоит этот план?
- Как нам получить ссылки высокого качества, которые «тематичны» по отношению к нашему сайту?
- И как нам сделать всё это, чтобы Гугл не посчитал наши ссылки «низкокачественными»?

Не беспокойтесь, я собираюсь дать вам развёрнутую методику по получению ссылок и рекомендации по ней, базирующиеся на моём личном опыте, в следующей главе.

Глава 9: продвижение сайта авторитетным способом

(часть 2)

Мой персональный бэклинкинг – проверенные методы

- Как «парень, занимающийся статейным маркетингом» осознал силу бэклинкинга.
- Почему я отказался использовать только лишь статейный маркетинг (потому что вы попросили меня это сделать).
- 1-й проверенный метод бэклинкинга: статейный маркетинг и массовые публикации.
- 10 причин, почему статейный маркетинг всё ещё остаётся отличной стратегией.
- Два базовых метода статейного маркетинга.
- Качественный статейный маркетинг.
- Мой личный список качественных статейных директорий.
- Бонусный совет: ищите уникальные директории для размещения качественных статей.
- Давайте углубимся в массовое размещение статей в статейном маркетинге.
- Лучшая программа для массового статейного маркетинга.
- 2-й проверенный метод бэклинкинга: пресс-релизы (ОЧЕНЬ мощный и безопасный метод)
- Является ли ваш сайт достаточно «новостным», чтобы писать для него пресс-релиз?
- Лучший возможный путь: платные сервисы пресс-релизов.
- 3-й проверенный метод бэклинкинга: сайты с вопросами и ответами.
- В чём состоит суть бэклинкинга с сайтов вопросов и ответов?
- Является ли этот способ получения ссылок моральным?
- Как использовать ссылочный маркетинг в случае сайтов вопросов и ответов: 10 моих советов.
- 4-й проверенный метод бэклинкинга: комментирование блогов.
- Как комментировать на блогах для получения ссылок.
- 5-й проверенный метод бэклинкинга: социальные закладки.
- 3 шага для правильного использования социальных закладок.
- 6-й проверенный метод бэклинкинга: регистрация в каталогах.
- За и против регистрации в каталогах.
- Как подготовить ваши материалы для регистрации.
- Следует ли вам отдавать на аутсорсинг регистрацию в каталогах или же использовать программы для регистрации?
- Главный из всех каталогов: стоит ли платить 299 долл. за попадание в Yahoo Directory?
- 7-й проверенный метод бэклинкинга: самый действенный (получение ссылок с авторитетных сайтов).
- Как я получаю ссылки с этих сайтов: моё персональное письмо и стратегия.
- Как искать такие сайты.
- Инструмент, который я использую для поиска.
- Методы бэклинкинга, которыми я не рекомендую пользоваться (касательно моего бизнеса).
- Платные сетки блогов (потенциально опасный метод).
- Постинг в профилях (потенциально пустая трата времени и сил).
- Получение ссылок с форумов (может быть не лучшим способом использования вашего времени).
- Методы бэклинкинга, которые я сейчас тестирую (я расскажу о них через полгода-год).
- Ссылки с видеороликов.
- Сторонние блогговые платформы/ссылочные колёса (Blogger, Wordpress, Squidoo).
- Использование RSS-каналов для получения ссылок.
- Очень важное заключение: Затраченная вами позитивная энергия = полученной вами позитивной энергии.

Как «парень, занимающийся статейным маркетингом» осознал силу бэклинкинга

Методы продвижения сайтов с помощью бэклинкинга (получения ссылок на свой сайт), которыми я собираюсь с вами поделиться, являются наивысшей точкой моего обобщённого опыта, как того, что я приобрёл перед написанием своего предыдущего учебного курса в 2005 г., так и полученного мною за полтора года после его выхода.

Большинству из вас я знаком как «парень, занимающийся статейным маркетингом», потому что с 2007 г. до 2009 я по большей части использовал 100% статейный маркетинг для продвижения своих сайтов и страниц, в результате чего они достигали **ХОРОШИХ ПОЗИЦИЙ!**

Но когда я решил проверить, почему мои сайты были такими успешными, то до меня дошло, что не один только статейный маркетинг способствовал продвижению моих сайтов.

Напротив, этому способствовал тот факт, что я привлёк внимание тысяч веб-мастеров к своим статьям, размещённым в таких местах, как ezinearticles.com. Эти веб-мастера затем публиковали статьи ПО ВСЕМУ ИНТЕРНЕТУ.

Это был мой момент озарения, который породил во мне желание попробовать различные методы продвижения для того, чтобы получить те же результаты, что и от строгого 100% статейного маркетинга.

Благодаря напряжённой многолетней работе над статейным маркетингом, у меня были ссылки со статей, размещённых на следующих ресурсах:

- На **личных блогах**, имеющих ту же тему ниши.
- На **бизнес-блогах**, перепечатающих мои статьи.
- На **HTML сайтах**, тоже размещавших мои статьи.
- **Сотни форумов** ссылались на меня с моих статей.
- **Сайты с ответами на часто задаваемые вопросы** наподобие Yahoo answers имели ссылки как на мои статьи так и на статьи моих сайтов.
- **Авторитетные сайты** размещали мои статьи и ссылались на меня, снова и снова.

Этот урок является очень важным для вашего понимания, если вы хотите, чтобы ваши сайты процветали в Гугле и приносили вам хороший доход от своих высоких позиций:

Получайте различное количество ссылок с широкого спектра ресурсов и делайте это таким образом, чтобы это казалось как можно более естественным. И в то же время старайтесь, чтобы источники ссылок были как можно лучшего качества.

Почему я отказался использовать только лишь статейный маркетинг (потому что вы попросили меня это сделать)

Не так давно я получил следующий вопрос, касающийся этого учебного курса:

«Джон, если статейный маркетинг был для тебя таким успешным и делал успешными в Гугле твои сайты, то в таком случае, зачем надо было беспокоиться по поводу других методов? Зачем менять хорошую вещь?»

Отличный вопрос!

И такой, на который мне нравится отвечать...

Очень немногие из читателей этой книги знают, что значит пребывать в позиции «учителя», создавая и продавая книги в среде интернет-маркетинга.

Я и сам не имел представления, что меня ожидает, когда написал и выпустил свой «Курс по микронишам в Адсенсе» в июне 2009 г.

С этого момента стало ясно, что всё, что я делаю «вне курса» будет внимательно рассматриваться, подвергаться сомнению, обсуждаться и, чёрт побери – это даже будут ругать в различные моменты.

Кажется, это проклятие всех хороших дел, последствия которых имеют две стороны – так сказать, Инь и Ян в деле продажи курса по Адсенсу.

Вы все высказывались, просили о чём-то, и я прислушивался к вам – проводил опыты на протяжении полутора лет для того, чтобы затем честно рассказать о том, что у меня вышло в отношении различных дополнительных методов получения ссылок.

Надеюсь, что всё вам прояснил. И ещё я надеюсь, что вы сможете оценить чтение книги, подобной этой, написанной кем-то, кто не бросился продавать новый курс через месяц после выхода предыдущего (как делают большинство онлайн-бизнесменов).

Итак...

...Будучи человеком, помещённым на позицию «гуру», когда это касается Адсенса и SEO, я буквально каждый день получал запросы от тех из вас, кто хотел узнать, будут ли другие альтернативные способы получения ссылок такими же эффективными, как и статейный маркетинг.

И я это сделал. Я опробовал различные комбинации методов, основанные на всём, что нам доступно. И хотя лично я не собираюсь использовать их все в какой-то период предстоящего будущего, я проведу короткое объяснение по каждому из них и **позволю вам решить**, какой метод продвижения ссылками лучше всего отвечает вашим личным интересам.

1-й проверенный метод бэклинкинга: статейный маркетинг и массовые публикации

Любой из тех моих студентов (из старого учебного курса по микронишам), который добился успеха, использовал статейный маркетинг как источник №1 для получения входящих ссылок.

Однако я собираюсь показать вам **разумный подход к статейному маркетингу**, который легче той сложной работы, что я использовал в прошлом.

Вы получите большое удовлетворение от того, что мои опыты открыли быстрый и умный способ продвижения контента.

10 причин, почему статейный маркетинг всё ещё остаётся отличной стратегией

- Это всё ещё самый эффективный и «чистый» способ продвижения сайтов и создания присутствия в сети.
- Я всегда советую его применять при планировании компании по получению ссылок.
- Он считается «безопасным» методом получения ссылок, в том, что касается Гугла.
- Даже новички могут публиковать статьи, не беспокоясь о своём уровне опыта.
- Ваш контент со временем станет синдицированным по всей сети (одна статья потенциально может создать ТЫСЯЧИ ссылок).
- Ссылки со статейных директорий имеют тенденцию «не исчезать» годами (в противоположность тем, что отмирают или которые убирают).
- Очень легко отдать ваши статьи для распространения на аутсорсинг.
- Качество не обязательно должно быть самым высоким – вы можете писать и размещать «посредственные» статьи.
- Есть возможность ротации (я предпочитаю менять статьи вручную/делать рерайт).
- Вы можете размещать для вашей темы самый лучший анкорный текст, ссылающийся на ваш сайт.

Два базовых метода статейного маркетинга

Когда это касается продвижения контента посредством статейных директорий, существует два базовых подхода:

1) Качественные статьи, распространяемые через несколько избранных директорий, наиболее популярных в Гугле.

2) Статьи более низкого качества, которые массово размещаются на множестве директорий «низкого качества».

Годами я использовал первый подход, но ради этой книги и обещав вам поделиться правдой от проведения честного тестирования, я углубил свои усилия и пришёл к выводу, что вам НЕ НУЖНО работать напряжённее для получения хороших результатов от SEO и входящих ссылок.

Нет абсолютно ничего плохого в написании статей не очень высокого качества и размещения их на сотнях дополнительных директориях.

Эти директории могут не быть очень качественными, но по большей части ссылка есть ссылка, и невозможно угадать, сработают ли эти ссылки или насколько успешной будет со временем конкретная непопулярная сейчас директория.

(1) Качественный статейный маркетинг

По правде говоря, **нельзя ожидать немедленных результатов** от размещения статей. Требуется время и ресурсы для того, чтобы написать статьи высокого качества и вручную разместить их в лучших директориях.

Но отдача может быть огромной для тех из вас, кто желает работать, основываясь на моих личных предпочтениях:

- Контент, который вы пишете, должен быть **такого же качества**, как и тот, который бы вы включили на ваш собственный сайт.
- Вашей непрямой целью является то, чтобы эти «качественные» статьи разместили у себя большие авторитетные сайты, журналы и новостные бюллетени.
- Размещение этих статей на аутсорсинг **будет стоить вам дороже** – обычно от 7 долл. до 30 долл.
- Вы увеличите трафик на ваш сайт от людей, которым действительно понравились ваши статьи и которые затем **делали клики из ресурсного раздела статей** (это является бонусом, как для меня).

Мой личный список качественных статейных директорий

Это не окончательный список качественных директорий, которые вы можете использовать. Их существует сотни. Однако те, что приведены здесь, являются лидирующими и наиболее посещаемыми.

Я всё ещё нахожу, что лучше всего размещать статьи на ezinearticles.com по той простой причине, что веб-мастера берут их оттуда, чтобы разместить их у себя (что даёт ссылки на мои сайты с их сайтов и блогов), но это может касаться лишь меня.

- 1) www.ezinearticles.com
- 2) www.goarticles.com
- 3) www.buzzle.com
- 4) www.articlesbase.com
- 5) www.articledashboard.com
- 6) www.suite101.com
- 7) www.articlealley.com
- 8) www.ideamarketers.com
- 9) www.articlecity.com
- 10) www.technorati.com

Возможно, вас интересует следующий вопрос, имеющий отношение к этому списку:

«Должен ли я размещать уникальные статьи на всех топовых директориях, вами перечисленных?»

И да, и нет.

Вот самая лучшая тактика:

- 1) Зарегистрируйтесь во всех этих директориях.
- 2) Напишите одну статью хорошего качества по вашей нише, которая фокусируется на той же теме, что и ваш сайт.
- 3) Теперь сделайте десять рерайтов этой статьи так, чтобы каждое предложение было совершенно уникальным.
- 4) Разместите первую версию на ezinearticles.com и далее оставшиеся на других девяти директориях.
- 5) Делайте так каждый раз при размещении статей.

Я лично использую вышеприведённый метод с момента выхода моего последнего учебного курса, и также им пользуется штат моих работников.

Да, на написание хорошей статьи потребуется час или два вашего времени, но для каждого рерайта нужно только 15 минут или меньше.

Вы также можете заплатить каких-то 2-3 долл. нанятому рерайтеру за эту работу.

Это намного лучше, чем то, что я делал раньше!

Это даёт намного больше отдачи за потраченное вами время и энергию в противоположность тому способу, который я использовал ранее, когда я писал для каждого размещения совершенно уникальную статью, не используя рерайта.

Учитесь у меня – возьмите для себя вышеприведённый метод и используйте его как можно чаще.

Примечание: поверьте мне, вы можете ПОЛНОСТЬЮ сфокусироваться на этой модели качественного распространения контента и получить именно те результаты от входящих ссылок, которые вам нужны (это как раз то, что я делал на протяжении всей моей карьеры).

Ваша максимальная цель: *стать настоящим экспертом в вашей нише для того, чтобы иметь наилучшие шансы, что эти статьи будут распространяться в интернете.*

Бонусный совет: ищите уникальные директории для размещения качественных статей

Забудьте только об интенсивном использовании ezinearticles.com, goarticles.com или buzzle.com. Вместо этого, добавьте к вашему статейному маркетингу сайты, связанные по тематике с вашей нишей.

Да – публикуйтесь в вышеназванном списке топовой десятки, но вот вам реальный секрет:

Находите похожие по тематике сборники статей, онлайн журналы, почтовые рассылки и принимающие блоги/сайты, для того, чтобы тоже разметить в них свои статьи!

Их преимуществом, которое я обнаружил, затратив дополнительные усилия для поиска таких ресурсов, является то, что опубликованные на них статьи часто могут быть прочитанными сотнями и тысячами читателей.

И это работает!

Жаль, что я не делал этого в своей карьере раньше, но, как я всегда говорю – этот бизнес представляет собой образовательное путешествие, которое никогда не заканчивается (даже для тех веб-издателей, которые давно этим занимаются, наподобие меня).

Вот как я нахожу источники, которые примут статейный маркетинг в вашей нише:

Введите следующие слова в кавычках в поиск Гугла, как показано ниже (только используйте свою собственную нишу):

1) “write for us” + “hair loss” (“напишите для нас” + “потеря волос”)

2) “guest blogger” + “hair loss” (“гостевой блоггер” + “потеря волос”)

3) “submit an article” + “hair loss” (“представить статью” + “потеря волос”)

Когда вы найдёте сайты по этим поискам, посмотрите, какие у них требования при регистрации. Удостоверьтесь в следующем:

- Что в статьях, вами публикуемых, ссылки будут «do follow» (которые учитывает Гугл).
- Имеются ли требования по оплате (некоторые стоят того, чтобы заплатить).
- Сколько времени занимает процедура одобрения статьи для публикации.
- Сколько ссылок вы можете включить в ваш ресурсный раздел.

Давайте углубимся в массовое размещение статей в статейном маркетинге

Это не был мой любимый способ в прошлом, но я узнал, как легко заниматься массовым размещением статей и каким выгодным это может быть для получения входящих ссылок.

Это на самом деле легко и всё ещё считается «безопасным» в глазах Гугла **ЕСЛИ ДЕЛАЕТСЯ ПРАВИЛЬНО!**

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ: применение массового получения ссылок с низкокачественных ресурсов является причиной почти каждого случая бана экаунта в Адсенсе или выпадения сайта из индекса Гугла, которые я знаю. Пожалуйста, используйте эту тактику (и любые другие методы, использующие массовое продвижение) **ОЧЕНЬ** осмотрительно. Вы же не хотите потратить всё своё время и энергию на сайт, чтобы затем разрушить всё вами сделанное из-за чрезмерной **ЖАДНОСТИ**.

Основные принципы массового размещения статей следующие:

- Целью является разместить свои низкокачественные статьи (быстрые и дешёвые для написания) на сотнях статейных директориях.
- Вы можете размещать одинаковые копии статей, используя этот метод.
- Со временем будут накапливаться тысячи этих статей без необходимости беспокоиться о том, что их будут использовать другие веб-мастера.
- При использовании в соединении с качественным статейным маркетингом, SEO выгоды могут быть огромными.
- Следует пользоваться программами, которые я порекомендую, основываясь на личном опыте.

Этот метод следует использовать **В ДОПОЛНЕНИЕ** к качественному статейному маркетингу (а также с некоторыми другими методами, о которых я расскажу позже).

Однако следует помнить, что **когда хорошего слишком много, это может повредить**.

Я не собираюсь здесь вдаваться в то, что правильно, а что – нет, так как это не моя задача – говорить ВАМ, что является правильным для вашего собственного бизнеса.

Я просто скажу, что если вы используете этот метод, **пожалуйста, делайте это разумно, распределяя по времени ваши размещения**.

(НЕ РАЗМЕЩАЙТЕСЬ В ТЫСЯЧАХ МЕСТ ОДНОВРЕМЕННО).

Лучшая программа для массового статейного маркетинга

Отсюда вы можете загрузить программу Article Marketing Robot:
www.articlemarketingrobot.com



Я начинал пользоваться этой программой несколько лет назад, когда она только появилась. Хотя с того момента, когда вышел мой старый учебный курс, я пробовал использовать четыре другие программы для массового размещения статей, **программа Article Marketing Robot вышла на первое место**.

Моя любимая особенность программы:

В этой программе имеется возможность распределить размещение ваших статей по **ВРЕМЕНИ**. Прочтите мои предупреждения, изложенные выше, о том, что ваш экаунт в Адсенсе может быть забанен или весь ваш домен может выпасть из

индекса Гугла. Это весьма реальная угроза, когда вы вовлечены в «принудительный бэклинкинг», которым мы собираемся заниматься.

Так что, пожалуйста – используйте такие инструменты осмотрительно!

2-й проверенный метод бэклинкинга: пресс-релизы (ОЧЕНЬ мощный и безопасный метод)

Когда я создавал свой авторитетный сайт о здоровье, я не включал никаких пресс-релизов.

Однако когда я углубился в тестирование авторитетных сайтов, то начал обеспечивать каждый из них пресс-релизами.

Для других сайтов я ждал, так как я хотел сравнить прогресс моих сайтов, использующих бэклинкинг лишь в минимальной степени с теми, которые использовали всё, о чём рассказывается в этой книге.

Как вы можете догадаться, именно комбинация всех методов, описанных здесь, принесла самые быстрые результаты (и до сегодняшнего дня оказывает продолжительную и сильную поддержку для моих страниц для удержания ими позиций в поисковых системах).

Прежде всего, я хотел бы поделиться с вами выгодами от размещения пресс-релизов, затем я дам мои личные советы о том, какими именно сервисами вам нужно пользоваться, расскажу о лучших ресурсах, которыми можно пользоваться для размещения, и о том, как писать материалы для ваших пресс-релизов.

- Как и статейный маркетинг, пресс-релизы являются отличным способом **получения ссылок на ваш ресурс от релевантных источников.**
- У них есть невероятный потенциал **быть увиденными буквально сотнями тысяч глаз**, если материал имеет ценность.
- Довольно часто может наблюдаться **большой входящий трафик** ввиду высоких показателей, которые может получить пресс-релиз (потом он затухает).
- Когда ваши новостные релизы передаются через распределительные средства сервиса, эта информация может **отсылаться подписчикам через RSS каналы.**
- Пресс-релизы **считаются «безопасными» в глазах Гугла** как приемлемый способ для продвижения вашего сайта, не имеющий никаких негативных последствий для вашего домена или экаунта Адсенса.

Является ли ваш сайт достаточно «новостным», чтобы писать для него пресс-релиз?

Да, вполне!

Вам просто нужно применить немного воображения в комбинации с преодолением страха перед написанием отрывка контента для распространения.

Конечно, это может поначалу немного пугать, но со временем вы набьете на этом руку. Фактически, каждый раз, когда вы создаёте новый веб-сайт, вы должны сопровождать это компанией по выпуску пресс-релизов.

Вы также можете выпускать пресс-релиз каждый раз, когда на вашем сайте появляется страница о новом товаре, новая категория, результаты голосования или опроса и т.д.

Прежде всего, просто считайте пресс-релиз способом «огласить миру» о вашем новом информационном сайте, особенно, если вы планируете со временем развить ваш сайт до высот качественного контента.

Что я лично делаю в настоящее время, так это организовываю мой штат на написание и распространение нового пресс-релиза каждые два месяца для каждого сайта, которым я владею.

Лучшие десять бесплатных сервисов пресс-релизов.

Будучи с вами честным, **я советую идти по платному пути** при поиске сервиса для пресс-релизов.

С такими сервисами вы получаете хорошую отдачу в плане ссылочных источников и диверсификации, не упоминая уже о лучшем притоке трафика. Однако, я также понимаю, что такое быть ограниченным в бюджете. У меня тоже есть свой собственный бюджет!

Поэтому вот вам мой перечень лучших десяти ресурсов для публикации пресс-релизов, предлагающих как платные, так и бесплатные сервисы (расположенные в списке без какого либо особого порядка):

- 1) www.bignews.biz
- 2) www.freepressindex.com
- 3) www.openpr.com
- 4) www.clickpress.com
- 5) www.prurgent.com
- 6) www.prhwy.com
- 7) www.pressexposure.com
- 8) www.onlineprnews.com

9) www.free-press-release.com

10) www.newswiretoday.com

Лучший возможный путь: платные сервисы пресс-релизов

Вы получаете то, за что вы платите. Это означает, что наряду с присутствием «бесплатных» способов обеспечения потребностей вашего бизнес – платные инструменты и сервисы всегда будут преуспевать и обеспечивать наилучший результат.

Это включает ваши пресс-релизы и результаты, которых вы хотите достигнуть!

Опять таки, как и по отношению ко всему остальному в моём учебном курсе, я не собираюсь указывать вам, что является правильным для ВАШЕГО бизнеса.

Я ожидаю, что вы будете делать свои собственные выводы и будете заботиться о своих собственных интересах в каждом принимаемом вами решении. К счастью, вы можете выйти на прямой путь с помощью таких книг, как этот мой учебный курс, который помогает новым веб-издателям работать с уверенностью, зная, что я лично проделал всё, о чём пишу.

Поэтому прислушайтесь к моему совету, когда это касается платных сервисов пресс-релизов:

Если у вас есть деньги, которые вы можете потратить, тогда эти сервисы ещё больше укрепят позиции вашего сайта и общую силу ваших ссылок. Каждый должен выпускать пресс-релизы для сайтов, о которых заботится, даже для небольших нишевых сайтов.

PR Web: эта компания считается самой важной из всех. Это один из самых популярных сервисов, а также пользующийся наибольшим доверием. Вы можете найти на нём пакеты, по цене от 80 долл. за базовый сервис новостных релизов и до 360 долл. за премиум предложения.

www.prweb.com

Я советую использовать тот пакет, что предлагает обогащенный ключевиками текст для ваших ссылок, находящихся в пресс-релизе. Очевидно, что именно это является причиной, по которой вы распространяете контент ваших новостных релизов, поэтому не скупитесь на потребности вашего уникального издательского бизнеса.

Другие платные сервисы, которые можно рассмотреть:

- I-News Wire: www.i-newswire.com
- PR: www.pr.com
- 24-7 Press Release: www.24-7pressrelease.com
- Market Wire: www.marketwire.com

- Online PR News: www.onlineprnews.com

Примечание: я составляю **бесплатный** курс по пресс-релизам для всех покупателей этого курса, которые имеют доступ к членской зоне моего сайта. Это будет бесплатный отчёт для вас, в котором рассматриваются шаблоны, использовавшиеся мною, а также некоторые сведения и трюки, о которых я узнал по ходу. Пожалуйста, дайте мне знать, какие у вас есть информационные запросы или же вопросы по пресс-релизам, и я подумаю над добавлением их в отчёт.

3-й проверенный метод бэклинкинга: сайты с вопросами и ответами

Я открыл возможности получения ссылок от **постинга ответов на вопросы** после того, как я решил посмотреть, откуда на самом деле исходят все мои ссылки, когда я делал обратный инжиниринг моего сайта о здоровье.

Хотя эта форма получения входящих ссылок уже годами использовалась большинством онлайн-бизнесменов, **я не делал этого преднамеренно!**

Это делали сотни других людей – и всё бесплатно (вот в чём сила признанного авторитетного сайта).

Когда я внимательно рассмотрел происхождение моих лучших входящих ссылок, оказалось, что тысячи из них возникли, когда люди задавали вопросы, а затем другие люди ставили ссылки на мои страницы в подтверждение ответов.


Совет: вот почему я **ЛЮБЛЮ** ниши о здоровье. Пока вы публикуете достоверную информацию и по настоящему помогаете людям, вас будут заносить в закладки и вы будете получать массу ссылок, идущих ежедневно от людей по всей сети, отсылающих других индивидов к вашим страницам, когда специфический вопрос возникает на сайтах, блогах и форумах.

В чём состоит суть бэклинкинга с сайтов вопросов и ответов?

Вы, конечно же, не могли не слышать о таких сайтах, как Yahoo answers или Answers.com.

Эти два сайта являются примером сайтов с вопросами и ответами, функция которых – позволить взаимодействовать в сети между собой людям, задающим вопросы и людям, которые на эти вопросы отвечают.

Там даже имеются системы голосования, называемые «лучший ответ», которые помогают определить, какой ответ является самым логичным и действенным.



My baby wakes up every 3-4 hours, any advice?


She's 5 1/2 months old. I was told she should be sleeping through the night now. Is there anything I should be doing or not doing?

8 hours ago · 4 days left to answer.

[Report Abuse](#)

[Answer Question](#)


Answers (11)



Maybe you should talk with your doctor and ask him/her my baby slept great through the night cried a few times but im just glad she's 2 years old now :D

8 hours ago


[Report Abuse](#)



Most babies wake up that often. Thats all i know.

8 hours ago

[Report Abuse](#)



That's completely normal. Sleeping through the night is a developmental milestone that some babies hit later than others. My first didn't STTN consistently until he was 11 months old. My second didn't until she was about 17 months.

8 hours ago

[Report Abuse](#)

2 people rated this as good

В отличие от блогов, где вы можете писать комментарии (я затрону это позже), и форумов, хорошей стороной добавления этого метода к вашему плану по бэклинкингу является то, что вам нужно использовать только небольшое число таких сайтов.

Если я не ошибаюсь, существует только около четырёх **по настоящему хороших** сайтов вопросов и ответов, на которых вам нужно фокусироваться.

Помните, что вам нужно ссылочное разнообразие, так что я бы не стал тратить слишком много времени на постинг большого количества вопросов и ответов на одних и тех же сайтах вопросов и ответов. Однако, это очень легкий и интересный способ находить места для добавления ваших ссылок, и вы можете нанять кого-то он писал на таких сайтах вопросы и затем отвечал на них, ставя при этом ссылку на вас.

Является ли этот способ получения ссылок моральным?

Это важный вопрос: манипулирование вашими входящими ссылками подобным образом – это хорошо или плохо?

Мой прямой и честный ответ на этот вопрос следующий:

«Если вы сами отвечаете на свой собственный вопрос, то тогда это плохо.»

Предупреждение: если Гугл «словит» вас на манипуляции большим количеством вопросов и ответов, то, поверьте мне, полученные таким образом ссылки **не будут засчитываться**, а вы можете получить риск того, что ваш домен будет удалён из индекса и ваш экаунт Адсенса будет забанен.

Тогда почему я делюсь с вами этим методом, если это может быть опасным?

Просто потому, что он работает, как я это видел на моих собственных сайтах. И многие онлайн-бизнесмены применяют этот метод.

Мои личные сайты **всё время** получают ссылки с сайтов вопросов и ответов, но большинство этих ссылок не имеют ничего общего со мной персонально.

У меня просто настолько хороший и полезный контент, что он притягивает людей к себе.

Примечание: это главная причина иметь качественный контент на вашем сайте – в конечном итоге ваши авторитетные сайты достигнут того же состояния, которого достигли мои и ссылки будут появляться без всякой работы с вашей стороны!

После того, как я это сказал...

Да, я создавал и организовывал план по бэклинкингу с сайтов вопросов и ответов для штата моих работников, но только в **ОЧЕНЬ НЕБОЛЬШИХ** масштабах.

Как использовать ссылочный маркетинг в случае сайтов вопросов и ответов: 10 моих советов

1) Всегда ищите вопросы от других людей:

Старайтесь не писать вопросы самому. Я знаю, что многих из вас тянет это делать на основании советов каких-то нечестных специалистов, но я обращаю ваше внимание на моё предупреждение: *вы можете потерять всё, гоняясь подобным образом за ссылками.*

2) Старайтесь отвечать по крайней мере на 1 вопрос в день:

Можно и на большее количество, всё зависит от вашего графика и персонифицированного плана действий. Этот метод получения ссылок не подходит для того, чтобы тратить на него слишком много времени.

3) Не беспокойтесь о большинстве меньших сайтов вопросов и ответов:

Идите туда, где есть трафик! Это включает следующие сайты:

- www.yahooanswers.com
- www.answers.com

- www.allexperts.com
- www.answerbag.com

4) Ищите вопросы, требующие ответов, используя поисковые возможности каждого сайта:

И делая так, не ограничивайте себя только поиском вопросов, относящихся ТОЛЬКО к вашему главному ключевому или длинной ключевой фразе. Диверсифицируйте ваш поиск. Для моего примера по «выпадению волос», я мог бы искать по словам «восстановление волос», «лекарство от облысения», «потеря волос», «облысение» и т.д.

5) Примите во внимание, что вы можете не найти никаких вопросов, на которые можно ответить, на протяжении нескольких дней:

Это может длиться 2 дня, 3 дня или до недели, а то и больше. Это зависит от популярности вашей ниши и от того, как быстро вы можете ответить перед тем, как обсуждение будет закрыто.

Вот почему я предпочитаю давать эту задачу на аутсорсинг. Я лучше заплачу кому-то за «охоту за вопросами», чтобы иметь возможность эффективно заниматься другими возможностями для получения входящих ссылок.

6) ВСЕГДА отвечайте на вопросы искренне:

Никогда не пытайтесь жульничать, говоря что-то вроде этого: *«моя жена нашла способ быстро восстановить свои волосы, используя вот этот продукт на... ссылка на мой сайт.»*

Если вы будете так делать, то можете ожидать того, что ваш экаунт будет **помечен как распространяющий спам.**

7) Не тратьте слишком много времени, создавая уникальный контент для ответов:

Нет ничего плохого в использовании того же контента, что уже есть у вас на сайте или на статье, которую вы разместили в статейной директории. Конечно, уникальное всегда является лучшим по моему мнению, поэтому просто делайте то, что возможно в отношении текста вашего ответа.

8) Создавайте доверие, отвечая на вопросы, НЕ СТАВЯ ссылку на свой сайт:

Я знаю, что это может звучать странно, но для того, чтобы завоевать больше доверия, давайте иногда ответы, **не ссылаясь на ваш собственный сайт.**

Вам решать, поступать так или нет, но помните – вы стараетесь получить уважение и хорошую репутацию на этих сайтах вопросов и ответов. Я даже даю указание моим работникам ставить ссылки на другие сайты, которые могут содержать углубленные ответы на какой-то вопрос. Это увеличивает доверие и показывает вашу честность.

10) Если вы можете себе это позволить, отправляйте вашу компанию по получению ссылок с сайтов вопросов и ответов на аутсорсинг:

Как я уже упоминал по отношению к бэклинкингу, проводимому с помощью сайтов вопросов и ответов, существуют гораздо лучшие способы потратить ваше время для получения ссылок. Однако, работайте только с теми людьми, которым вы можете доверять в том, что они сделают это правильным и честным способом.

До того, как я нашёл своих работников в моём городе, я имел негативный опыт работы с онлайн помощью, от которой я отказался, жалея об использовании этих услуг.

Примечание: будьте осторожны – аутсорсинг является тем же самым, что и передача вашего бизнеса в руки других людей, поэтому вы должны быть уверенными в том, что эти «другие» применяют в своей работе те же самые этические нормы, как и вы.

11) Старайтесь фокусироваться на двух ведущих сайтах: Yahoo Answers и Answers.com:

Чтобы предохранить эту тактику по получению ссылок от использования чрезмерного количества ваших ресурсов (времени и энергии), фокусируйтесь только на yahoo answers или answers.com.

Поверьте мне, вы можете потерять много часов ежедневно в поисках вопросов, на которые можно дать ответ.

Кроме того, говоря в плане диверсификации ссылок и всех других более мощных методов, которые вам нужно использовать, чрезмерное использование таких вещей, как сайты вопросов и ответов может не дать возможности вашим сайтам получить дополнительное воздействие, им необходимое, от других источников входящих ссылок.

4-й проверенный метод бэклинкинга: комментирование блогов

Нахождение блогов по тематике, сходной с моей нишей и их комментирование было самой первой не статейной стратегией получения ссылок, которую я испробовал для расширения своих горизонтов.

Но опять же, нахождение связанного по тематике контента на блогах с тем, чтобы оставлять на нём свои ответы, имеющие ссылку на мой сайт, является в моём представлении всего лишь другой формой статейного маркетинга.

И я должен вам сказать – этот метод стоил того, чтобы дополнительно его протестировать!

Теперь я убеждён, что часть вашей работы по получению входящих ссылок должна быть направлена на то, чтобы они появлялись от комментирования блогов, тематически связанных с вашей нишей.

Эти ссылки не только дают SEO выгоды, нужные нам, но также многие мои страницы получали массу дополнительного трафика от людей, которые, просматривая раздел с комментариями к какому-то конкретному посту на блоге, видели мой ответ и из любопытства переходили по моей ссылке.

Это срабатывает, просто и эффективно – в том случае, **если вы делаете это с соблюдением этических норм и без использования спама.**

Примечание: пожалуйста, не раздражайтесь на то, что мне приходится повторяться снова и снова, но, как и во всех методах по бэклинкингу, **НЕ злоупотребляйте комментированием на блогах.** Лично я не верю в спамные методы в сети, использующие ссылки, не дающие абсолютно никаких выгод сайтам, с которых они идут. Так что, пожалуйста, **если вы нанимаете кого-то, чтобы размещать сомнительные комментарии на блогах, или для того, чтобы набивать один за другим бесполезные комментарии, используя для этого специальные программы – то в таком случае не удивляйтесь тем потерям, которые вы можете понести.**

Как комментировать на блогах для получения ссылок

Следующие шаги являются теми точными шагами, которые я заставляю применять своих работников в тех случаях, когда мне необходимо научить кого-то комментированию блогов для меня. Конечно, это сокращённая версия, но суть этих методов довольно проста.

Шаг 1: разыщите блоги, имеющие отношение к вашей нише.

Прежде всего, вы должны найти список блогов, имеющих хоть какое-то отношение с темой вашей ниши. И, конечно же, блоги, не разрешающие комментирование, являются бесполезными. Поэтому, введя следующий текст в Гугл, вы можете найти все тематически связанные с вами блоги, которые вам нужны:

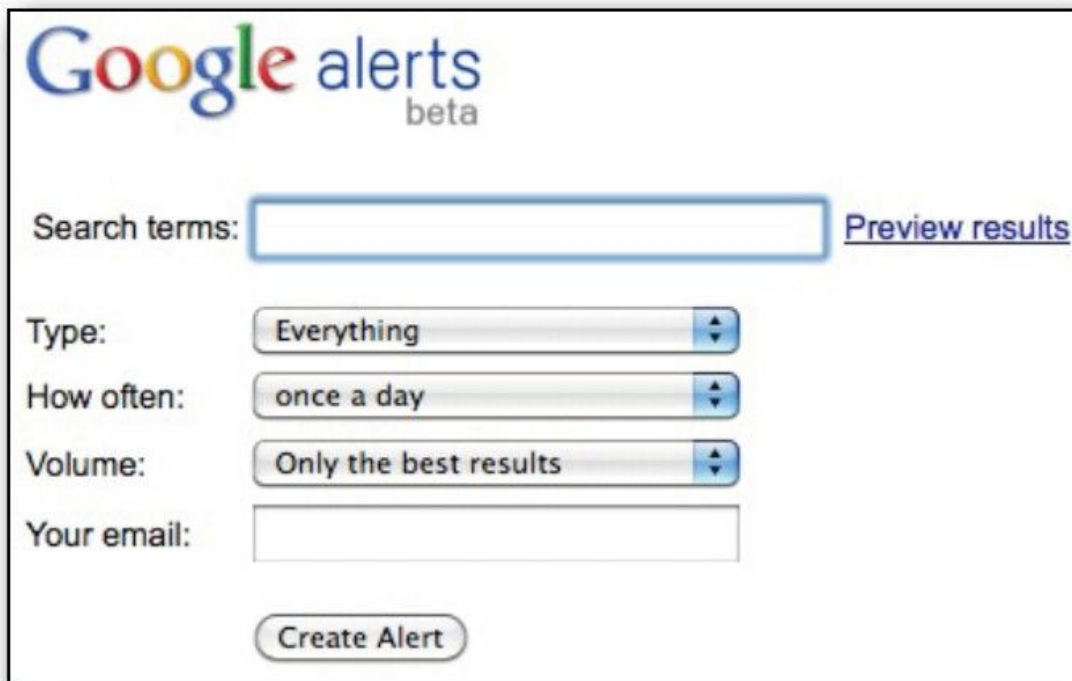
- **Ищите по запросу: "потеря волос" + "оставить комментарий" (для моего примера сайта об облысении).**

Теперь проверьте все полученные результаты и после этого всё готово для работы. Пробуйте также изменять ваш ключевик для получения дополнительных результатов. При этом всё же старайтесь оставаться нацеленным на тему вашего собственного сайта.

Шаг 2: настройте Google Alerts для поиска тех блогов, которые обновляются.

Этот шаг особенно полезен, если у вас есть работники, которым нужно находить свежие блоги и отвечать в них через комментарии. Я предпочитаю использовать для этого сервис Google Alerts, так как очень прост в пользовании.

Вы просто говорите Гуглу, о каких фразах вы хотите, чтобы вам сообщили, когда они появятся в постах.



Google alerts
beta

Search terms: [Preview results](#)

Type:

How often:

Volume:

Your email:

Посмотрите на настройки. У поля «Type» («Тип») есть выпадающий список, в котором вы можете выбрать «блоги». Те, кто хочет большего, могут выбрать «everything» («всё») и получать большое число приходящих на email предупреждений, уведомляющих вас о том, что обсуждается в выбранной нише.

Шаг 3: как писать ваши комментарии на блогах.

Вы уже, наверное, увидели тенденцию в моих советах по бэклинкингу – и во всех остальных советах, даваемых в этом учебном курсе?

Я уделяю особенно большое внимание **предоставлению ценности для сети** и это в особенности касается работы по получению входящих ссылок.

Всегда работайте честными методами в том, что касается контентного маркетинга, особенно когда вы используете чей-то блог для выгод от получения ссылок.

Кроме того, что хорошего, если ваш комментарий в блоге будет удалён или помечен как спамный?

Спамные комментарии очень легко увидеть:

- «Отличный пост, спасибо за информацию»
- «Хороший ответ, благодарю»
- «Хороший совет, мне понравилось»
- «Отличная информация, буду ждать ещё»

Вместо этого, старайтесь комментировать блоги как можно более искренне, хотя я и понимаю, что может быть очень трудным занятием - писать в тех нишах, которое вам лично мало интересны.

Но, опять таки, *вам СТОИТ заниматься лишь только теми нишами, которые вам интересны. Это делает весь бизнес по размещению контента в сети ГОРАЗДО более выгодным и приятным.*

Итак, когда вы комментируете блоги, то вам стоит делать следующее:

- Высказывайте своё мнение о посте, который вы комментируете, и подкрепляйте это мнение доводами.
- Высказывайте мысли, которые могут не обязательно совпадать с позицией, изложенной автором в своём посте.
- Если вы поддерживаете материал владельца блога, то в таком случае ссылайтесь на другие подобные материалы или приводите цитаты из этих материалов.
- Если вы чувствуете, что блогер упустил что-то, добавьте в свой комментарий ту недостающую информацию, которую, по вашему мнению, должен был дать владелец блога.
- Если нет ничего другого, помогите автору продолжить диалог, задавая заинтересованный вопрос, касающийся информации, изложенной в посте.

Шаг 4: ссылайтесь на свой сайт надлежащим образом.

На этом шаге многие новички всё портят. Вы можете находить все нужные вам блоги, делать самые искренние комментарии и нажимать кнопку, отправляя свой ответ, десятки раз в день – **но всё равно портить дело, ставя ссылку так, как это делают спамеры.**

Инструкция, которую я дам, будет простой, так как разделы для комментирования большинства блогов практически одинаковы:

- В поле «Имя» большинство людей пытаются поставить ключевик своего желаемого анкорного текста. Не делайте этого. Хотя это и ДАЁТ вам дополнительные SEO выгоды, это также является очень распространённой практикой среди спамеров.
- Следует указывать свой email, так как большинство блогеров не принимают комментарии без указания электронного адреса.
- Обычно там есть секция для указания адреса вашего сайта. Вводите его в виде: <http://www.вашдомен.com>
- В своём комментарии не следует давать рекомендацию читателю перейти по вашей ссылке. Не пишите ничего подобного этому: *«если вам понравилось то, что я написал, пожалуйста, посетите www..... ля-ля-ля»*. Вместо этого просто сделайте свой комментарий и ненавязчиво поставьте ниже вашу ссылку с нужным анкорным текстом.

5-й проверенный метод бэклинкинга: социальные закладки

Я не очень большой поклонник социальных закладок. Почему?

По правде говоря, **такие ссылки имеют очень малый вес в плане улучшения позиций вашего сайта.**

Из-за одного этого факта я никогда не использовал социальные закладки до моего полуторалетнего тестового периода, приведшего к написанию этого учебного курса.

Поэтому я выскажу своё честное и прямое мнение:

Получение ссылок с сервисов социальных закладок не является разумной стратегией для бэклинкинга, *но такие ссылки способствуют привлечению пауков поисковых систем и ускорению индексации страниц вашего сайта.*

Гугл любит социальные закладки благодаря происходящей на них активности пользователей со всего мира.

В отношении ваших авторитетных сайтов и регулярных обновлений контента, **вам следует заносить в социальные закладки каждую новую страницу контента, размещаемую на вашем сайте.**

Причиной делать это является то, что вы можете получить индексацию этих страниц буквально за **минуты** после того, как пауки поисковых систем придут по ссылкам, которые вы сделали на сервисах социальных закладок.

К сожалению, большинство сайтов социальных закладок, рекомендации об использовании которых вам дают форумы и другие учебные курсы, просто не стоят потраченного на них времени.

Вместо этого, я рекомендую вам использовать только наиболее популярные сайты социальных закладок, которые может предложить сегодняшняя сеть.

Я также рекомендую **использовать какой-нибудь сервис** по автоматизации получения ссылок с сайтов социальных закладок (вручную это очень трудоёмкий процесс).

3 шага для правильного использования социальных закладок

Ниже приведены несколько рекомендаций, полезных при проведении вами компаний по использованию социальных закладок:

1) Используйте один сервис, который я рекомендую:

Чтобы не беспокоиться по поводу проведения компаний по получению ссылок от сайтов социальных закладок (а число таких сайтов исчисляется тысячами), я рекомендую вам обратить внимание на сервис массовой регистрации в социальных закладках Only Wire.

Вот его сайт: www.onlywire.com

Мне посоветовал воспользоваться этим сервисом мой коллега по онлайн-бизнесу, когда я захотел протестировать феномен закладок и, как я убедился, это отличный сервис.

С его помощью можно регистрировать ваш контент в более чем 30-ти наиболее популярных сайтах закладок, таких как Ask, Delicious, Digg, Yahoo и т.д.

2) Экономьте время, используя одну регистрационную запись для всех сервисов закладок:

Ускорьте процесс входа во все ваши экаунты, используя только один набор регистрационной информации.

Это предполагает использование одного email адреса, одного пароля и одного логина для всех сервисов одновременно, так что вы можете просто копировать и вставлять данные в нужные поля.

3) Никогда не забывайте, что социальные закладки не увеличат показатели вашего сайта:

Помните, социальные закладки не являются методом, который увеличивает показатели вашего сайта. Они предназначены для привлечения роботов поисковых систем на ваши внутренние страницы для быстрой индексации в Гугле, всего-навсего.

Вот почему я никогда не надеялся на них в своей деятельности. На самом деле, я не считаю их совершенно необходимыми. Но всё же я установил теперь процесс внесения в социальные закладки всех новых страниц контента, публикуемого на моих сайтах.

6-й проверенный метод бэклинкинга: регистрация в каталогах

Одним из самых базовых методов бэклинкинга, которым следует пользоваться каждому с самого начала работы нового сайта, является регистрация в каталогах.

С августа 2009 г. до декабря 2009 г. мои работники провели регистрацию всех имевшихся у меня сайтов во всех возможных каталогах.

За и против регистрации в каталогах

- Эта стратегия не только помогает с индексацией вашего сайта и его внутренних страниц (во многом так же, как и социальные закладки), регистрация в каталогах также имеет следующие выгоды:
- Вы буквально «приглашаете» роботов поисковых машин посетить ваш сайт, оценить его структуру и ссылки, и затем найти что либо полезное для индексации.

- Вы также получаете ссылки с других сайтов (ссылочное разнообразие) благодаря входящим ссылкам со страниц сходного содержания (категории считаются «связанными» или «тематичными» вашим собственным страницам).
- Эти каталоги прямо таки приглашают вас поставить с них ссылку, что и есть смыслом их существования, поэтому не требуется никакого «принудительного» получения ссылок.
- Эту работу вам нужно делать с каждым каталогом только один раз, поэтому такая работа считается выполненной через месяц или что-то около того (для каждого веб-сайта).

Негативные стороны:

Однако у регистрации в каталогах *есть* и некоторые отрицательные моменты. **Но эти отрицательные моменты можно легко обойти с помощью аутсорсинга:**

- Это нудная работа. При запуске нового сайта регистрация в каталогах является, возможно, самой однообразной и монотонной работой. Будьте готовы к большому объёму ручной работы, если вы не используете специальные программы или не отдаёте эту работу на аутсорсинг.
- Ссылки с каталогов не поднимут ваши показатели немедленно. В первую очередь они считаются «пищей для поисковых роботов», но со временем эти ссылки всё же вносят свою лепту в ссылочную массу вашего сайта и его трастовость у Гугла.
- Вы должны проводить полномасштабную регистрацию в каталогах для каждого сайта, который у вас есть, поэтому у тех, кто делает сайты массово, это может занимать много времени.
- И, наконец, не все ваши регистрации будут приняты в каталогах, что, в принципе, и ожидается. Поэтому регистрируйтесь во всех возможных каталогах и не беспокойтесь по поводу тех каталогов, которые отвергнут вас.

Как подготовить ваши материалы для регистрации

Существует много бесплатных учебных материалов о том, как быстро и легко писать материалы для регистрации в каталогах и как правильно её проводить. Я дам вам здесь только основы этого:

1) Выбирайте самую релевантную категорию:

Это очень важно. Я обнаружил, что у большинства сайтов, которым было отказано в регистрации, этот отказ был вызван просто выбором неправильной категории.

Большинство каталогов организованны в форме категорий. Поэтому для того, чтобы получить самые релевантные ссылки на ваш сайт со страниц, близких по

тематике с вашими, изучите все доступные категории перед тем, как проводить регистрацию.

2) Ставьте в ваш заголовок нужный ключевик:

Когда вы создаёте свой сайт, у каждой страницы есть заголовок, и, точно так же, как вы делаете оптимизацию по ключевым словам для заголовков ваших страниц – к вашим регистрациям в каталогах нужно подходить в тот же способ.

Удостоверьтесь, что вы вписали те ключевики, по которым вы хотите продвинуть свой сайт. Мне нравится использовать 2-х и 3-х фразные ключевики, но можно и более длинные. Помните, что эти главные фразы какое-то время не будут влиять на позиции вашего сайта, но, когда они начнут это делать – будьте наготове! Ваши доходы за день вырастут в три раза.

3) Правильно заполняйте ваше описание:

При каждой регистрации в каталоге необходимо заполнять поле для описания вашего сайта. Добавляйте в это описание ваши ключевые фразы, если вы хотите, чтобы они способствовали увеличению силы ваших ссылок, так как и в заголовке.

Большинство каталогов позволяют разместить только небольшое описание, обычно около 200 слов. Но некоторые каталоги позволяли мне сделать описание до 500 слов. Лучше всего иметь много готовых описаний на 150-200 слов, а также такое же число описаний на 350-500 слов, написанных предварительно.

Вот простой пример:

Потеря волос у мужчин: решения и обзоры (ЗАГОЛОВОК)
Узнайте больше о разных способах предотвращения потери волос у мужчин. Бесплатная рассылка с обзорами средств для борьбы с потерей волос, мнения специалистов и альтернативные способы предотвращения потери волос. (ОПИСАНИЕ)
http://www.адрес-вашего-сайта.com (АДРЕС)

Просто, не так ли?

Легче всего объяснить принципы создания регистрационной информации, если думать о ней как о небольших рекламных объявлениях в Адвордс, или считать её аналогичной той информации, которую вы вносите в мета-тег description вашего сайта.

Но помните о том, что в данном случае вы не пытаетесь что-то продавать или подготовить какую-то продажу. Просто напишите параграф, описывающий цель вашего сайта, который содержит как можно большее количество вариантов вашего главного ключевого слова (стараясь при этом не выглядеть распространителем спама).

Следует ли вам отдавать на аутсорсинг регистрацию в каталогах или же использовать программы для регистрации?

Никогда не делайте работу по регистрации в каталогах без использования аутсорсинга или специальных программ, иначе это может занимать у вас очень много времени!

У вас есть две возможности: поручить эту работу кому-то другому (аутсорсинг) или же использовать специальную программу и делать это самому.

Каждая из этих возможностей одинаково хороша, но существенно отличаются одна от другой в плане стоимости и затрат времени (вашего времени).

1) Если вы планируете отдать эту работу на аутсорсинг:

Можно поручить выполнение этой работы сторонней компании или же человеку, работающему у вас. Обычно стоит дороже, чем использование специальной программы. Однако при этом освобождается ваше время (**я говорю о часе или большем количестве времени на протяжении 30 дней**).

Поэтому, если у вас есть средства, которые вы можете потратить на аутсорсинг, чтобы освободить себя для занятий более продуктивными делами, тогда без всякого сомнения вам стоит это сделать.

Типовая стоимость аутсорсинга зависит от количества каталогов, в которых вы хотите быть зарегистрированными, а так же от уровня зарплат, требуемых привлечёнными работниками. Помните о том, что вы получаете то, за что платите, впрочем, как и во всём остальном в жизни!

Я видел онлайн-бизнесменов, которые удачно находили работников в других странах, которые делали месячную работу по регистрации каждого сайта всего лишь за 35-50 долл. В то же время, некоторые другие бизнесмены получали лишь 10% выполненной работы за свои деньги (а то и меньше).

Есть также «профессиональные» компании, которые запрашивают до 600 долл. а то и больше за выполнение работы по всего лишь одному веб-сайту (один мой друг запрашивает за это 1000 долл.)

Эти сервисы обычно заслуживают доверия и на самом деле делают свою работу! Они запрашивают такую высокую цену за ваше спокойствие, всего-навсего.

2) Если вы планируете использовать программы:

Если у вас есть час или полтора каждый день для того, чтобы посвятить их регистрации в каталогах, тогда вам стоит использовать специальную программу для помощи себе. Это идеальный вариант для большинства людей.

Я даже купил одну такую программу за 500 долл. для использования моими работниками. Я приобрёл этот инструмент для того, чтобы протестировать разницу между аутсорсингом и работой собственными силами, теперь же я не пользуюсь им часто.

Однако 500 долларов – это слишком большая трата, поэтому я рекомендую использовать выдающийся инструмент, который называется **Directory Submitter**:



Программа Directory Submitter является одновременно как платным, так и бесплатным инструментом. Она позволяет производить приблизительно около 300 регистраций в каталогах для бесплатной версии, а платная версия включает все сайты для регистрации, имеющиеся в базе данных программы – **где-то около 3000**.

Лучше всего использовать платную версию, но помните – это вовсе не такое решение, когда достаточно включить программу и нажать на кнопку для получения результатов.

После установки этой программы и изучения её, планируйте на работу с ней по крайней мере 1-2 часа в день, суммарно около 30-60 часов, которые понадобятся для проведения всех регистраций (это только для одного сайта).

Главный из всех каталогов: стоит ли платить 299 долл. за попадание в Yahoo Directory?

Все знают о цене в 299 долл. за год, которые берутся за то, чтобы попасть в Yahoo Directory и это только за ОДИН домен.

До сегодняшнего дня я никому не советовал платить такую большую сумму денег каждый год, потому что большинство из вас ещё не посвятили себя авторитетному сайту, близкому вам в плане увлечённости им или в отношении его коммерческих перспектив.

И я вас не виню.

Однако я всё же хочу, чтобы вы серьёзно обдумали возможность участия в Yahoo Directory в том случае, если вы работаете над авторитетным сайтом, который вы планируете развить в серьёзную машину, генерирующую доход.

Девять моих веб-сайтов из сотни имеющихся у меня доменов числятся в Yahoo Directory.

Это составляет 2700 долл. ежегодных трат на один лишь этот каталог, но для моего издательского бизнеса эти затраты оправданы. Ваша выгода может отличаться.

Я предлагаю вам подождать до тех пор, пока ваш сайт не станет приносить вам по крайней мере 10 долл. в день и чтобы на нём было минимум 100 страниц контента, прежде чем платить этих 299 долларов.

Помните: вам не гарантировано попадание в Yahoo Directory, даже если вы произведёте оплату. Возврат средств там НЕ предусмотрен!

7-й проверенный метод бэклинкинга: самый действенный (получение ссылок с авторитетных сайтов)

В феврале 2010 г. в целях тестирования я создал два новых нишевых сайта.

Я проводил этот эксперимент в течении приблизительно 60-ти дней с одной лишь целью – сравнить результат от получения меньшего количества ссылок, но зато самого высшего качества (только от сайтов, имеющие высокие показатели в той же самой нише, в которой был я), с результатом сайта «Б», на который шло больше ссылок, но худшего качества (**использовав те шесть методов, которые я уже здесь привёл**).

- Оба сайта были направлены на **одинаковые ключевики**.
- Оба сайта имели сходный контент, но не дублированный (**уникальный почти на 100%**).
- Оба сайта имели **обычные домены** (без применения в них ключевых слов).
- Оба сайта имели **одинаковое число страниц** на момент их запуска – по 25 каждый.
- Каждый сайт был размещён на **отдельном сервере** и оба сайта не имели никакой связи между собой.
- Оба сайта получали два новых контентных материала для обновления каждую неделю, имея в конце концов по 41 странице на каждом.

Сайт «А»: *получал в среднем 4-6 ссылок в неделю от трастовых сайтов с высоким показателем PR (пейдж рэнк) из той же ниши.*

Сайт «Б»: *получал в среднем 7-10 ссылок в день от статейного маркетинга, комментирования блогов, сайтов вопросов и ответов и т.д.*

Результаты:

Сайт «А» получил лучшие позиции и больше трафика, чем сайт «Б». Это означает, что вы можете получить намного лучшие результаты при использовании меньшего количества ссылок, чем от использования как можно большего количества ссылок, полученных методами «принудительного» бэклинкинга, которые мы все практикуем.

Однако это НЕЛЁГКАЯ РАБОТА.

Для того, чтобы получить ссылки этого типа, вам необходимо:

А) Найти нужные сайты (вам необходимы специальные программы, чтобы это сделать).

Б) Войти в контакт с владельцами этих сайтов (в девяти случаях из десяти вы не получите ответа).

В) Убедить их (просьба о ссылке – дорогой вопрос).

Поверьте мне, если вы сумеете получить несколько высококачественных ссылок от трастовых сайтов в вашей нише, то остальное будет проще простого. Но это сложная работа, в которой будет много отказов и вы можете за это время недополучить другие входящие ссылки от методов, которые мы уже обсуждали.

Однако, невзирая на количество необходимой работы, каждый из вас должен выделять время каждую неделю (лучше всего каждый день) для улучшения ссылочных перспектив вашего сайта. Это **САМЫЕ ДЕЙСТВЕННЫЕ** ссылки, которые вы можете получить, и такие, которые будут действовать дольше всего – так как большинство этих сайтов созданы и поддерживаются такими людьми, как вы и я – всеми, кто по настоящему заинтересован в развитии своих собственных сайтов.

Как я получаю ссылки с этих сайтов: моё персональное письмо и стратегия

Моим секретным оружием (на протяжении нескольких лет) было то, как я входил в контакт с этими веб-мастерами и делал им предложение, от которого они не могли отказаться. Проще говоря, это статейный маркетинг «на стероидах».

Это серьёзная взрослая игра по получению высококачественных ссылок, которой занимаются немногие индивиды с очень высокой мотивацией, не боящихся тратить своё время и получать отказы. Для всех найденных мною сайтов, от которых я хочу получить ссылку, у меня есть шаблон для написания письма:

Пример письма, которое я посылаю владельцам трастовых сайтов, имеющие высокие показатели

Здравствуй _____,

Я заинтересовался информацией по проблеме потери волос, которая имеется на вашем сайте <http://www.....com>. Я заметил, что вы публикуете статьи и другой контент, касающийся проблем выпадения волос и их лечения.

Хотели бы вы получать статьи по теме выпадения волос для вашего сайта?

Имеющиеся в моём штате копирайтеры занимаются написанием статей по тематике выпадения волос и облысения для нашего веб-сайта. Вместо продвижения их посредством статейных директорий, мы обнаружили, что лучше всего предлагать их сайтам, подобным вашему, которым необходимо поступление уникального контента.

Эти статьи будут только у вас. Больше никто не получит их копий.

Эти уникальные статьи не только помогут повысить показатели вашего сайта, но и дадут вашим посетителям информацию, которую они не смогут найти больше нигде в сети (мы гордимся тем, что наш контент на 100% уникален).

Нашей выгодой в данном случае будет то, что те, кто будут читать эти статьи, возможно, захотят посетить и наш сайт. Иногда это происходит, иногда – нет. Если говорить о нашем сайте, то он специализируется на обзорах продуктов для предотвращения выпадения волос и советах по различным аспектам здоровья. Вот его адрес:

<http://www.наш-сайт-о-выпадении-волос.com>

В любом случае, если вы захотите получать эксклюзивные статьи для вашего сайта, абсолютно бесплатно, написанные нашими профессиональными копирайтерами, то в таком случае мы будем ждать от вас ответа на этот email.

P.S. Я прикрепил к письму несколько статей, написанных нами, чтобы вы могли на них взглянуть – качество у них отменное.

С уважением,

(ваше имя)

<http://www.наш-сайт-о-выпадении-волос.com>

Этот шаблон для письма я использую уже несколько лет (и он прекрасно работает). Вы всегда его можете немного изменить, чтобы он соответствовал вашему собственному стилю. Вы можете также посчитать нужным выразить по другому свои предложения.

Я обнаружил, что те владельцы сайтов, которые всё таки дают ответ на такое письмо, в 75% случаев принимают ваше предложение.

1) Когда они всё же отвечают и говорят вам «да», то тогда ваша задача – дать им одну статью, включающую раздел источников в конце этой статьи.

2) Этот раздел должен включать в себя ссылку на ваш сайт, которая содержит точный термин в анкорном тексте, по которому вы хотите получить позиции.

3) Возможно, вам будет необходимо отправить им email, чтобы получить адрес (URL) вашей статьи, которую они опубликовали, для того, чтобы вы могли убедиться, что содержащаяся в ней ссылка на ваш сайт является активной.

4) По прошествии недели или около того, как только вы увидите, что ваша статья опубликована с вашей ссылкой, которая работает, свяжитесь с ними снова, чтобы предложить им ещё контента.

5) Обычно я стараюсь дать по крайней мере одну новую статью для каждого сайта, согласившегося на постоянную публикацию контента.

6) Самой лучшей стратегией будет нанять кого-то, кто будет заниматься поиском таких сайтов и рассылкой электронных писем с предложениями. Затем, если приходит положительный ответ, то вы лично дальше включаетесь в этот процесс.

Как искать такие сайты

Существует два способа для поиска авторитетных сайтов, связанных с вашей нишей, с которых вы хотите получить ссылки.

1) Ищите в Гугле 20-30 сайтов, занимающих верхние позиции по сотням ключевиков, связанных с вашей нишей.

Это может занять определённое время, но такую задачу можно легко поручить работнику из вашего штата.

Для начала вам нужно сформировать список всех ключевиков в вашей нише. Этот список может быть ограничен несколькими сотнями (если это касается микронишевых сайтов) или же 10 тысячами, а то и больше (если речь идёт о таких нишах, как похудание, страхование и т.п.).

Вы или ваш работник будете производить поиск по каждому ключевику, начиная с самых главных в списке, и далее посещать каждый сайт, находящийся в первой десятке выдачи (можно это делать для первых тридцати сайтов топа выдачи). У каждого сайта обычно есть страница контактов, используя информацию с которой вы сможете отправить письмо на электронную почту владельцу этого сайта.

Это всё – далее вам остаётся только ждать ответа.

И как я уже упоминал, приблизительно 75% тех, кто даёт положительный ответ, ответит «да» на ваши предложения и вы сможете получить ссылки высокого качества, которые будут полезны вашему сайту намного больше, чем любые другие ссылки, полученные другими методами бэклинкинга.

Примечание: не забудьте составить список адресов всех этих сайтов – они будут нужны вам для дальнейшего увеличения продуктивности в следующем этапе получения этих замечательных ссылок.

2) Находите сайты, которые имеют ссылки от ваших конкурентов.

Этот метод предусматривает использование для такого поиска специальных программ.

Вы помните об адресах сайтов, которые только что упоминались?

Помните, что я говорил вам о необходимости составить их список для дальнейшего использования?

Дальше вас ждёт интересная работа. Вам необходимо взять каждый из этих сайтов, найденных в верхней тридцатке поисковой выдачи для каждого исследуемого нами ключевого слова, и применить специальный инструмент для отслеживания ссылок, который позволяет автоматически обнаружить, от кого на эти сайты идут ссылки.

Далее начинается процесс отбора. Посмотрев, что это за сайты и какого рода ссылки они обеспечивают, я затем связываюсь с теми из них, которые мне понравились, и делаю им предложение о размещении бесплатных статей в обмен на ссылки с высококонкурентными ключевыми словами, по которым я хочу продвинуть свой сайт.

Примечание: это очень утомительная работа, но получение таких ссылок является самым лучшим способом для поднятия параметров вашего сайта. Это тот тип ссылок, который ЛЮБИТ Гугл. Так как они идут от сайтов, релевантных вашему, то десять таких ссылок являются более эффективными для продвижения вашего сайта, чем 500 ссылок, полученных комментированием блогов или размещением статей даже в самых лучших статейных директориях.

Инструмент, который я использую для поиска



Существует масса инструментов для поиска ссылок, которые вы можете использовать для этой работы. Моим любимым является новая функция для этого, появившаяся в Вордтрекере.

До этого я пользовался программой Keyword Elite, но когда мне нравится какая-то компания, я привыкаю к ней. Кроме того, я получаю удовольствие от интерфейса Вордтрекера – настолько он прост в использовании.

Я вношу список сайтов в каждую секцию и Вордтреккер находит до 1000 основных источников входящих ссылок этих сайтов, которыми я могу воспользоваться.

Методы бэклинкинга, которыми я не рекомендую пользоваться (касательно моего бизнеса)

Я надеюсь, что после ознакомления со всеми семью методами бэклинкинга, которые я описал выше, вы начали понимать, что даёт хорошие результаты в работе:

- Контентный маркетинг.
- Честные и искренние методы продвижения.
- Использование как можно большего разнообразия источников ссылок.

Но было бы неразумным с моей стороны ожидать, что вы на этом остановитесь.

Я знаю, что существует масса других «источников» ссылок, доступных в сети.

Я наблюдаю их каждый день, обсуждаемых на форумах, рекламируемых в электронных книгах как «новый способ попасть в топ Гугла за десять минут» или

же в виде спама, рассылаемого программными методами, которые обещают положить конец всем другим способам бэклинкинга.

Я кратко затрону каждый из этих методов и выскажу своё мнение по поводу того, почему я не согласен использовать их в моём бизнесе.

Примечание: пожалуйста, принимайте решения сами и используйте те инструменты и сервисы, которые, как вы чувствуете, необходимы именно ВАМ. Просто занимайтесь необходимыми вам вещами с должной осмотрительностью. Ответственность за развитие вашего сайта и за доходы, получаемые с него, лежит на ваших плечах. Она не может быть переложена на тех, кто даёт различные советы в сети.

Платные сетки блогов (потенциально опасный метод)

Сетка платных блогов представляет собой специальный сервис, который за определённую плату (обычно помесечно) размещает ссылки на ваш сайт на блогах или сайтах, принадлежащих этому сервису.

Честно говоря, такие сервисы кажутся прямо таки мечтой для каждого, кто занимается продвижением сайтов с помощью ссылок.

Ссылки, получаемые с помощью таких сервисов, публикуются с очень небольшим количеством контента (100-150 слов). Вы кликаете мышкой, и вуаля – пост с ссылкой публикуется на всех блогах этого сервиса. Ничего не может быть проще.

Такие сервисы вполне работоспособны и обычно выполняют то, что они рекламируют.

И у меня нет абсолютно никаких проблем или вопросов, касающихся моральных принципов по отношению к тем, кто хочет использовать такие сервисы!

На самом деле, я протестировал один такой очень популярный сервис, который берёт за свои услуги около 150 долл. в месяц. Я не стану называть имя этой компании, так как я не хочу рекламировать использование любого сервиса подобного рода. Выводом из этого тестирования было то, что этот сервис работал вполне нормально, выполнил всё, что было обещано, и я увидел улучшение в позициях моего сайта от использования этого ссылочного метода.

Так почему же я выступаю против использования платных сеток блогов для продвижения моих сайтов, если эти сетки дают хорошие результаты?

Опять таки, я не имею никаких претензий морального плана по отношению к тому, как вы ведёте свой бизнес. Я также не выступаю против этих сервисов.

Но вы должны принять во внимание, что эти сетки рано или поздно будут обнаружены Гуглом и тысячи ссылок, которые вы получили (и за которые заплатили) будут отвергнуты Гуглом как имеющие низкое качество. Соответственно, вся ваша работа (и ваши деньги), потраченная на продвижение этим методом, **будут напрасно потерянными.**

Примечание: говоря о «платных ссылках» в Гугле, общеизвестно, что за использование таких ссылок ваш домен может быть исключён из индекса Гугла, не говоря уже о возможном бане вашего экаунта в Адсенсе. Хотя вы и не платите напрямую за каждую ссылку, вы всё же **ПЛАТИТЕ** за размещение ссылок.

Мой собственный издательский бизнес слишком ценен для меня, чтобы понапрасну им рисковать. И хотя я не настолько глуп, чтобы думать, что любые способы получения ссылок, которыми мы, как веб-издатели, пользуемся, являются на 100% легитимными, всё же я не хочу пересекать ту тонкую линию, которая существует в этом деле.

Решение остаётся за вами:

Будьте находчивыми и обдумывайте свои действия на долгосрочную перспективу, особенно, если вы собираетесь напряжённо работать в деле создания авторитетного сайта, который будет приносить вам хорошие доходы от рекламы Адсенса.

Постинг в профилях (потенциально пустая трата времени и сил)

Как и в отношении других новомодных трендов, распространяющихся среди маркетингового сообщества в интернете, я никогда не хватался за подобные методы и никогда не буду этого делать.

Если вы ещё не слышали о том, что такое «постинг в профилях» и почему о нём было так много разговоров, тогда вам нужно вернуться в конец 2008 года.

Всё это началось с нескольких сообщений, обещавших поднятие параметров сайта с помощью простого создания профиля на каком либо большом и известном авторитетном сайте, что мгновенно давало ссылку с высоким показателем PR.

Если объяснить это коротко и быстро, то целью в данном случае является создание как можно большего количества «публичных профилей» на **СЕРЬЁЗНЫХ** трастовых сайтах, на которых можно бесплатно создать свой профиль в подписной форме.

Тип таких сайтов может варьироваться от такого, как хорошо известный www.nasa.gov до сфокусированных в узкой нише, наподобие www.sports.com - список таких сайтов может измеряться тысячами.

Фактически, это проставление входящих ссылок с мест, не имеющих реальной ценности в плане SEO и ваших компаний по получению ссылок.

Эти страницы профилей имеют очень низкое значение PR, несмотря на то, что сам по себе сайт, на которых они размещены, может иметь показатель главной и внутренних страниц PR8 или PR9. Но такой высокий показатель не касается раздела профилей.

Работает ли этот метод?

Да, конечно. Каждый метод по наращиванию количества входящих ссылок, подобный этому, работает в краткосрочной перспективе, особенно в нишах и ключевых фразе с низкой конкуренцией.

Это и является той мистификацией, что содержится во многих современных учебных курсах и электронных книгах, утверждающих, что рекламируемые ими методы и программы приносят хорошие результаты для продвижения сайтов. На самом же деле в низкоконтентных нишах можно достигнуть высоких показателей практически без всякой работы – *без применения такого рода методов по получению ссылок.*

Следует ли вам использовать постинг в профилях?

Опять таки – на мой личный вкус этот метод не является таким, в котором я бы преднамеренно принимал участие и на это есть несколько причин.

Но **ВАШ БИЗНЕС – ЭТО ВАШ БИЗНЕС** и я не могу наставлять вас по поводу того, что вам стоит делать, а что не стоит. Я только могу поделиться с вами моим опытом и мнением.

Примечание: некоторые онлайн-бизнесмены клянутся в действенности и полезности такого рода ссылок. Я не уверен в этом, но если это работает для них, то это может работать и у вас тоже. Я просто призываю вас сохранять спокойствие, если и когда ваши ссылки будут удалены или помечены как спамные.

Получение ссылок с форумов (может быть не лучшим способом использования вашего времени)

Факт: постинг на форумах с проставлением ссылок на ваш сайт **МОЖЕТ БЫТЬ ОЧЕНЬ ВЫГОДНЫМ!**

Прошу прощения за такое громкий тон, просто мне хотелось подчеркнуть этот пункт, прежде чем давать объяснение того, почему я думаю, что тем, кто занимается Адсенсом, стоит тратить своё время на какие-то другие методы вместо того, чтобы каждый день часами писать посты на нишевых форумах.

Прежде всего, мы – веб-издатели, имеющие целью создания сотен и тысяч внутренних страниц, проиндексированных в поисковых системах с тем, чтобы получить на них бесплатный трафик.

Пока вы не продаёте что-то напрямую или не работаете над привлечением клиентуры на ваш сервис или почтовую рассылку, то в таком случае я рекомендую вам относиться с осторожностью к постингу на дискуссионных форумах, относящихся к вашей нише.

Да, иногда с форумов можно получить отличные ссылки, но с точки зрения чистого SEO и бэклинкинга размещение ваших ссылок на форумах имеет следующие недостатки:

- Ваши ссылки будут очень **сильно «разбавлены»** из-за большого суммарного количества всех других ссылок на той же странице, поставленных другими участниками форума.

Это означает то, что вы можете поставить ссылку в свою подпись, но так же сделают полсотни других людей на той же самой странице и типично с более чем одной ссылкой у каждого. В терминах SEO это уменьшает эффективность вашей ссылки до минимального уровня, поэтому вам стоит использовать своё время на получение ссылок более высокого качества с помощью других методов.

- Так как вам нужно ссылочное разнообразие, то вам придётся регистрироваться и участвовать по крайней мере в **12 форумах, а то и больше**.

Подумайте о затратах времени! Я знаю это – потому что я опробовал этот метод получения ссылок.

Прежде всего, вам нужно зарегистрироваться под каким-либо именем, далее обычно необходимо набрать некоторое минимальное число постов, прежде чем у вас появится возможность добавить подпись (которая будет ссылкой на ваш сайт). И даже после этого вы всё равно должны быть вовлечены в настоящую дискуссию для того, чтобы ваши посты не были помечены как спамные.

В наше время владельцы форумов не терпят спамных постов, размещённых только лишь с целью получения ссылок, поэтому ваши дискуссии могут занять много времени – слишком много времени на слишком большое число форумов.

Как и во всём остальном, выбор за вами. Пробуйте сами различные методы, не надо полагаться только на мои слова!

Методы бэкликинга, которые я сейчас тестирую (я расскажу о них через полгода-год)

Так как существуют тысячи различных методов бэкликинга, то это означает, что я не могу лично одобрить каждый этот метод до тех пор, пока у меня не сложится достоверное мнение по тому или иному методу, которым могу с вами поделиться (основываясь на своём опыте).

Поэтому, хотя все вы возможно знаете, что нижеизложенные способы **ВПОЛНЕ** работоспособны (ссылка есть ссылка, как бы там не было), моя работа как добросовестного распространителя знаний об Адсенсе и SEO может быть выполнена только если я сам проделаю работу по их тестированию.

Я обновлю этот учебный курс, когда у меня будет информация по следующим методам получения ссылок:

Ссылки с видеороликов

Это действительно один из тех методов получения ссылок и трафика, о котором мы знаем, что он РАБОТАЕТ!

Но пока что я лично не имею опыта в создании видеороликов для сайтов и поэтому не могу сказать, является ли это выгодным способом использования времени.

Очень скоро я начну делать видеоролики и тестировать продвижение новых доменов, используя лишь видео, при этом сравнивая их с новыми доменами, продвигаемыми без использования видео. Также я хочу почувствовать, как хорошо этот метод будет интегрироваться в ваш собственный рабочий план.

Вот моя предстоящая программа по бэклинкингу с помощью видео:

- Эти ссылки будут идти с хорошо себя зарекомендовавших трастовых сайтов вроде www.dailymotion.com и www.youtube.com (имеющих миллионы посетителей в месяц, которые могли бы не найти ваши сайты в поисковых системах традиционным способом), а также такие источники, как www.vids.myspace.com, www.video.yahoo.com и www.video.google.com.
- Эти видеоролики потенциально могут в дальнейшем находиться посредством поисковых систем в категории видеорезультатов.
- Так же, как в случае статейного маркетинга, другие веб-мастера будут находить эти видеоролики и размещать их на своих сайтах, блогах, форумах и социальных сетях.
- Так как видеоролики могут быть сделаны короткими и простыми, то информация для их создания может быть взята с того контента, который у меня уже есть (со статей моих сайтов).

Сторонние блогговые платформы/ссылочные колёса (Blogger, Wordpress, Squidoo)

Опять таки, в этих методах нет ничего революционного в терминах получения ссылок – эти способы применяются уже очень давно.

Лично у меня просто никогда не было необходимости вкладывать своё время и энергию в размещение контента в какой-либо сети или сайтовой платформе для того, чтобы получить ссылку.

На самом деле, я считаю, что создание серии статей для публикации на новом домене от Hub Pages, Squidoo, Wordpress или Blogger является пустой тратой времени, в особенности, если этот контент и энергия могут быть потрачены для моих сайтов, приносящих доходы!

ОДНАКО...

Я не настолько глуп, чтобы не понимать, что такие возможности могут сослужить хорошую службу, если ими правильно воспользоваться!

Но всё дело в том, что 75% новичков бесполезно тратят своё время, создавая эти «ссылочные колёса», базирующиеся на сторонних блоговых платформах, только для того, чтобы ничего с них не получить.

Необходимо затратить много времени и работы на каждый такой «блог», для того, чтобы ссылки, идущие от этих блогов на ваши сайты, имели хоть какой-то видимый эффект и долговременную эффективность.

Не наступит ли время, когда Гугл перестанет учитывать ссылки со всех этих ресурсов?

Вполне возможно.

(И, по моему убеждению, это уже происходит.)

Я твёрдо убеждён, что ссылки, идущие со сторонних блоговых платформ, рассматриваются Гуглом как низкокачественные, поэтому данный метод не является заслуживающим вложения в него значительного количества времени.

Но ради испытания я проработаю также и эту информацию в течении следующих 6-12 месяцев.

В конце концов, суть этого метода состоит в создании ссылочного колеса блогов (когда эти блоги ссылаются друг на друга по кругу) от которого ссылки идут на ваш сайт.

Не лучше ли тратить своё время на ваш собственный сайт?

Скорее всего, это именно так, но мы увидим...

Использование RSS-каналов для получения ссылок

Что касается этого учебного курса, то в нём я не воспользовался популярностью RSS-каналов в моей стратегии по получению ссылок.

Но это также имеет и положительную сторону, так как вы увидели, что даже мой, пусть и ограниченный, набор методов для получения ссылок – **это всё, что вам нужно.**

Если честно признаться, то я изучал возможности RSS-каналов некоторое время, и, хотя я не очень сильно верю в важность такого рода ссылок для достижения долгосрочных результатов (или вообще каких-то результатов), добавление ещё и этого метода в мои планы по тестированию на предстоящие несколько месяцев будет не лишним.

Я уже знаю, каковы будут результаты, если вам интересно:

1) RSS-каналы представляют собой **очень ограниченный и временный источник** по получению ссылок, нужных вам для поднятия позиций и авторитетности сайта.

2) Даже если мне удастся получить синдикацию на каком-то серьёзном сайте, период жизни таких ссылок короткий, как у мотылька – прежде чем любая из этих ссылок достигнет зрелости – раз – **и её уже нет**.

3) Так как я предпочитаю работать над своими собственными сайтами вместо сторонних блогов (вспомните «ссылочное колесо»), то в этом случае использование RSS не может быть самым лучшим способом расходования моего времени, предназначенного для получения ссылок.

Но опять таки, посмотрим...

Очень важное заключение:

Затраченная вами позитивная энергия = полученной вами позитивной энергии

Я хотел бы закончить эту главу искренним рассказом о моей персональной философии, касающейся продвижения сайтов.

Моя цель по отношению к вам – чтобы вы были такими же успешными, как и я – и даже более успешными!

Чтобы быть преуспевающим веб-издателем, работающим с Адсенсом, вы должны быть привержены в своей работе высоким и чистым принципам. Только в таком случае ваш экаунт в Адсенсе не будет забанен, а ваш домен не будет исключён из индекса Гугла.

Вот основы моей философии, изложенные в форме советов со всей моей искренностью к вам:

1) Следуйте всем семи методам, которые я успешно применял, и о которых я рассказал в этой главе.

2) Каждый раз, когда вы создаёте какой-то материал для получения ссылки, делайте это с искренним намерением создать что-то стоящее, чтобы все дороги, ведущие к вашему сайту, шли с тех источников информации, в которых вы пытаетесь чем-то помочь другим людям.

3) Избегайте платных блоговых сервисов, если вы заботитесь о будущем вашего сайта.

4) Избегайте использования сомнительных способов получения ссылок, если вы не только заботитесь о будущем вашего сайта, но и о сохранении вашего экаунта в Адсенсе.

5) Никогда не старайтесь получить большой объём ссылок быстро и за один раз. **СТАРАЙТЕСЬ, ЧТОБЫ ОНИ ПОСТУПАЛИ РАВНОМЕРНО.** *Лучше получить одну ссылку высокого качества в день, чем тысячу ссылок плохого качества за неделю.*

6) Решая вопрос о том, как вам лучше потратить своё время, всегда отдавайте предпочтение **качеству над количеством**. Кроме регистраций в каталогах, к остальным методам получения ссылок нужно подходить с тех же позиций, с которых вы бы хотели, чтобы другие относились к вашим сайтам.

Главный принцип каждого действия, сделанного вами в жизни и в вашем издательском бизнесе:

Затраченная вами позитивная энергия = полученной вами позитивной энергии

Глава 10: заключение – в каком направлении двигаться дальше

- Заключение: в каком направлении двигаться дальше.
- Трое людей, которые могут помочь вам.
- Бесплатные обновления и дополнения к этому учебному курсу.
- Эксперимент в прямом эфире

Заключение: в каком направлении двигаться дальше

Очевидно, что для того, чтобы стать успешным веб-издателем, получающим высокие доходы в Адсенсе, необходимо с самого начала создать персонифицированный план действий и затем ему следовать.

Имея такой план действий, вы должны придерживаться установленных в нём ваших специфических целей, прилагать усилия, направленные на их выполнение и, что самое главное, - иметь реалистические ожидания.

Трудность при создании плана действий, ПОДХОДЯЩЕГО-ДЛЯ-ВСЕГО, состоит в том, что для выполнения одной и той же задачи всегда существует многообразие выбора средств её достижения.

Кроме того, некоторые из вас могут иметь всего лишь полчаса в день, которые они могут выделить на свой онлайн-бизнес. У других может быть 2-3 часа в неделю, или, возможно, только время на выходных. И только счастливчики могут посвящать по 8-10 часов в ДЕНЬ своему онлайн-бизнесу.

В этом учебном курсе я выложил 99% того, что вам необходимо знать для успешного ведения такого онлайн-бизнеса.

Вашей задачей будет обдумать всё самому и начать действовать:

- 1) Начните с выбора ниши, которая вам нравится, имеет много поисковых запросов, а так же продуктов и сервисов, о которых вы будете писать.
- 2) Подберите хорошо звучащее имя домена для вашего сайта.
- 3) Разместите ваш сайт у надёжного хостера. Я предпочитаю использовать Hostgator.
- 4) Следуйте моим указаниям по созданию плана сайта.
- 5) Напишите по одной странице качественного контента для каждой из ваших страниц категорий и, по крайней мере, 3-10 статей для ваших статейных страниц (чем больше – тем лучше для сайта). Обновляйте статьи на вашем сайте минимум дважды в неделю.
- 6) Выделите время на каждый день для проведения регистраций в каталогах и социальных закладках.
- 7) Подберите подходящие для вас методы получения ссылок из тех, что я описал в этом учебном курсе.
- 8) Распределите работу над разными методами бэклинкинга равномерно по времени, так, чтобы вы могли делать всего понемногу на протяжении каждой недели.
- 9) Сторонитесь всякого рода сомнительных схем по быстрому получению ссылок и всего, что может навредить вашему сайту в плане индексации Гуглом.

10) И последнее, но не менее важное. Дайте вашему сайту ВРЕМЯ! Для того, чтобы его страницы «повзрослели», требуется по крайней мере полгода. А для того, чтобы увидеть хорошие результаты от работы сайта, в большинстве случаев требуется до года времени.

Трое людей, которые могут помочь вам

Я не достиг бы своих сегодняшних результатов без помощи других онлайн-бизнесменов, которые не только помогали мне лично, но и продолжают вносить свой вклад в сообщество интернет-маркетинга.

По одной лишь этой причине я дам вам рекомендации воспользоваться услугами этих человек, которые, как я чувствую, заслуживают самых лучших клиентов. В этих рекомендациях нет какой-то выгоды лично для меня, кроме как той, которую получаешь, когда делаешь доброе дело:

1) Самые лучшие шаблоны Вордпресса:

Я не разбрасываюсь рекомендациями просто так. На самом деле, я никогда НЕ продвигал ничьих продуктов за те годы, пока я помогал людям своими учебными курсами.

Но этот парень заслуживает доверия к его бизнесу и работе. Его зовут Скотт. Он делает отличные шаблоны для тех из вас, кто работает с Вордпрессом.

Вот ссылка на него: www.clickbumpengine.com

2) Лучший программист, который поможет вам в ЛЮБЫХ технических вопросах:

Всегда хотели нанять такого человека, которому можно было бы доверять абсолютно во всём? Кого-то, кому можно доверить «ключи» от панелей управления вашего хостинга и ваших сайтов, а также вашу финансовую информацию?

Такого человека зовут Дебби Сонгстер и она является моим личным программистом. Мы встретились на одном из форумов и теперь она помогает решать любые вопросы технического плана, возникающие у меня.

Ей также можно доверить ведение бизнеса, так что если вам когда-либо понадобится кто-то, кого можно посвятить в детали ваших финансовых дел, это может быть именно она!

Вот ссылка на неё: www.TheMarketingEducator.com

3) Почтовая рассылка, всегда мне помогавшая:

Я знаю, что существует МАССА рассылок хорошего качества, но та, которая заслуживает упоминания здесь, принадлежит парню по имени Энди Вильямс.

Это он изменил мою тактику в бизнесе от направленной на краткосрочные результаты до такой, что предусматривает ориентацию на долгосрочную

перспективу, чем я и занимаюсь в настоящее время. Он также является создателем Web Content Studio - программы, которая мне очень нравится.

Вот ссылка на его сайт: www.ezseonews.com

Бесплатные обновления и дополнения к этому учебному курсу

Невозможно описать каждую мелкую деталь в электронной книге. Вы можете связаться со мной для того, чтобы сделать следующие запросы, которые я могу выполнить в разделе загрузок для зарегистрированных пользователей:

(1) Видеоуроки по запросу:

Я ещё не делал никаких видеоуроков в отношении написанного здесь. Мне бы хотелось сначала получить от вас информацию о том, что конкретно вы бы желали видеть в этих видеоуроках. Так что если вы хотите, чтобы я сделал какие-то видеоматериалы о вопросах, обсуждавшихся в этом учебном курсе, то, пожалуйста, сообщите мне об этом и я добавлю их в свой список.

(2) Детали этого курса в формате PDF по запросу:

Если вы хотите, чтобы я дополнил мою информацию или разъяснил какие-либо детали в рассматриваемых этой книгой вопросах – то, в таком случае, просто попросите об этом! Я буду счастлив добавить эту информацию к моим ежемесячным выпускам «Xfactor AdSense Files», которые не будут вам стоить ничего.

Поэтому помогите мне улучшить этот учебный курс, сообщив мне о том, какую информацию вы бы хотели в нём видеть, что я, возможно, упустил, или о том, что вам было не совсем ясно в изложенных материалах.

(3) Эксперимент по новому сайту в прямом эфире (доступна предварительная скидка):

Для второго издания этого учебного курса я собираюсь создать с нуля полномасштабный авторитетный сайт, продвинуть его и достичь на нём дохода в 100 долл. в день от применения Адсенса, и всё это за период от одного до четырёх месяцев (самое больше).

Каждый шаг будет снят на видео, затем это видео будет выпущено в конце периода в 4-12 недель. Если вы хотите заранее получить скидку, которая будет доступна до выхода этого видео, пожалуйста, свяжитесь со мной для уточнения деталей и способов оплаты.

Это всё, друзья...

Хотя, подождите...
одна...
важная...
вещь...
ниже...

Теперь приступайте к работе!

